

Universität Trier
Modulhandbuch
des Masterstudiengangs
Betriebswirtschaftslehre

(Stand Mai 2012)

Inhaltsverzeichnis

GRUNDLAGEN	4
Grundlagenmodul: Dienstleistungsökonomik	5
FORSCHUNGSPROJEKT	7
Modulname: Forschungsprojekt	8
MASTERARBEIT	10
Masterarbeit	11
SPEZIALISIERUNGSSTUDIUM	12
BWL-Spezialisierung: „Betriebswirtschaftliche Steuerlehre und Steuerberatung“	13
Modulname: Steuerarten und steuerliche Gewinnermittlung.....	14
Modulname: Besteuerung der nationalen und internationalen Unternehmensstruktur	17
BWL-Spezialisierung: „Business- und Dienstleistungsmarketing“	19
Modulname: Electronic Business und Relationship Marketing	20
Modulname: Business- und Dienstleistungsmarketing	23
BWL-Spezialisierung: „Eigentümergeführte dienstleistende Unternehmen“	25
Modulname: Unternehmer und dienstleistende Unternehmen in der Sozialen Marktwirtschaft	26
Modulname: Führung im Strukturwandel	29
BWL-Spezialisierung: „Financial Economics & Risk Management“	31
Modulname: Kapitalmarkttheorie	32
Modulname: Risk Management	34
BWL-Spezialisierung: „Finanzdienstleistungen und Finanzinstrumente“	36
Modulname: Financial Markets.....	37
Modulname: Investments	40
BWL-Spezialisierung: „Handel und Internationales Marketing-Management“	43
Modulname: Retail Management and B2C-Marketing.....	44
Modulname: International Strategies and Retail Marketing.....	46
BWL-Spezialisierung:.....	48
„HRM & Employment Relations in Service Industries“	48
Modulname: Management von Dienstleistungsarbeit.....	49
(Managing Service Work)	49
Modulname: International Human Resource Management and European Labour Studies	52
BWL-Spezialisierung: „Rechnungswesen & Prüfung“ (RuP)	54
Modulname: Rechnungswesen.....	55
Modulname: Wirtschaftsprüfung.....	57
BWL-Spezialisierung: „Strategisches Dienstleistungsmanagement“	59

Modulname: Strategisches Dienstleistungsmanagement I	60
Modulname: Strategisches Dienstleistungsmanagement II	62
WAHLFÄCHER.....	64
Medienwissenschaften	65
Modul: Medienwissenschaft (Wahlfach).....	65
Politikwissenschaft	67
Modul: Westliche Demokratien.....	67
Psychologie	69
Modul: „Angewandte Psychologie“	69
Soziologie	71
Wahlfach ‚Medien und Kultur‘	71
Wahlfach ‚Sozialpolitik und Wirtschaft‘	73
Wahlfach ‚Komplexe Befragungstechniken und Analyseverfahren‘	75
Volkswirtschaftslehre.....	77
Modulname: VWL-Basis	77
Modulname: Ökonometrie	79
Modulname: VWL-Europäische Integration.....	80
Modulname: VWL-Europäische Märkte	81
Modulname: VWL-Kern	83
Wirtschaftsinformatik	85
Wahlfach Wirtschaftsinformatik im Master.....	85
Wirtschaftsmathematik	88
Wahlfach Mathematik für Ökonomen.....	88

Grundlagen

Grundlagenmodul: Dienstleistungsökonomik					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	1. Semester	jedes Wintersem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	a) Dienstleistungsökonomik	2 SWS / 30 h	120 h	150 Studierende	
	b) Methoden der Dienstleistungsforschung (mit Übung)	4 SWS / 60 h	90 h	150 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Durch das Grundlagenmodul soll den Studierenden ein elementares Verständnis für das Dienstleistungsmanagement vermittelt und eine gemeinsame Grundlage für weiteren Module des Masterstudiengangs gelegt werden. Zu diesem Zweck sollen die Studierenden am Ende des Moduls die grundlegenden Charakteristika von Dienstleistungen beschreiben und die Unterschiede zu Sachleistungen erklären können. Die verschiedenen Erklärungsansätze von Dienstleistungen sollen bekannt sein und erläutert werden können. Weiterhin sollen die Studierenden die Besonderheiten verschiedener Service Industries kennen, erläutern und kritisch reflektieren können. Durch die Orientierung an konkreten Service Branchen soll die Bedeutung von Persönlichkeits- und Sozialkompetenz für wirtschaftlichen Erfolg im DL-Management veranschaulicht werden.</p> <p>Im zweiten Teil „Methoden“ werden Kenntnisse und Fähigkeiten aus Mathematik, Statistik und Mikroökonomie vermittelt, die für die weiteren Vorlesungen benötigt werden. Diese grundlegenden Fertigkeiten werden in den dazugehörigen Übungen an praktischen Beispielen vertieft und geübt.</p>				
3	Inhalte				
	<p>Dienstleistungsökonomik: Die Veranstaltung stellt zunächst die hohe wirtschaftliche Bedeutung von Dienstleistungen aus volks- und betriebswirtschaftlicher Sicht dar und zeigt hierzu entsprechende Erklärungsansätze auf. Weiterhin werden die grundlegenden Charakteristika und Modelle von Dienstleistungen behandelt. Dabei werden sowohl die zentralen Erklärungsansätze zu Dienstleistungen anhand verschiedener Theorieperspektiven (Neoinstitutionalismus sowie sozial- und verhaltenswissenschaftliche Ansätze) aufgezeigt und diskutiert. Darüber hinaus werden auch die Grundlagen des Dienstleistungsprozesses vermittelt.</p> <p>Methoden der Dienstleistungsforschung: In dieser Veranstaltung werden Grundlagen aus den Bereichen Mathematik, Statistik und Mikroökonomie (Entscheidungs- und Spieltheorie) vermittelt. Einzelthemen können hier zum Beispiel lineare Algebra und Analysis, grundlegende statistische Verfahren wie lineare Regressionen, Entscheidungen unter Unsicherheit, intertemporale Entscheidungen, sowie Spiele mit vollständiger und unvollständiger Information sein. Dabei werden die theoretischen Grundlagen für die nachfolgenden Veranstaltungen gelegt und insbesondere praktische Anwendungen in den Dienstleistungsbranchen behandelt.</p> <p>Statt einer einzelnen Veranstaltung „Methoden“ können auch zwei thematisch differenzierte Veranstaltungen angeboten werden, um den Studenten eine weitere Wahlmöglichkeit zu geben.</p>				

4	Lehrformen Lehrveranstaltung a): Vorlesung; ggf. mit Übungen, Fallbeispielen, Gastvorträgen Lehrveranstaltung b): Vorlesung (2 SWS) und Übung (2 SWS) mit Aufgaben, Lektürenkurse, Fallstudien und ggf. Gruppenarbeiten
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (120 Min.)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Modulklausur
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Veranstaltender Hochschullehrer des Faches BWL/Hochschullehrer des Faches BWL und Mitarbeiter, ggf. Honorarprofessoren , Lehrbeauftragte und Gastreferenten
11	Sonstige Informationen

Forschungsprojekt

Modulname: Forschungsprojekt					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	600 h	20	2. und 3. Semester	Start jedes Sommersem.	2 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	a) Entwicklung eines Forschungsdesigns	6 SWS / 90 h	225 h	30 Studierende	
	b) Prüfung des Forschungsdesigns	6 SWS / 90 h	225 h	30 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	Vermittelte Schlüsselklassifikationen: Fachkompetenz, Persönlichkeitskompetenz, Methodenkompetenz, Sozialkompetenz.				
	Durch das Forschungsprojekt sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, in Kleingruppen ein wissenschaftliches Forschungsdesign, auf Basis einer dienstleistungsbezogenen Problemstellung, zu entwickeln und durch die Anwendung fortgeschrittener Methoden der empirischen Sozialforschung und Statistik empirisch zu prüfen. Weiterhin sollen Kompetenzen im Bereich der Teamarbeit und des Projektmanagement aufgebaut bzw. vertieft werden.				
3	Inhalte				
	Es wird eine wissenschaftlich und/oder praktisch relevante dienstleistungsbezogene Problemstellung systematisch in Form von Literaturarbeiten und Diskussionen in Gruppenarbeiten aufbereitet und ein empirisch umsetzbares wissenschaftliches Forschungsdesign erstellt. Es sind Forschungsfragen und wissenschaftliche Hypothesen zu formulieren, die Untersuchungsfragen sind wissenschaftlich zu begründen und ggf. sind geeignete Operationalisierungen vorzunehmen. Mit Hilfe einer Primärdatenerhebung oder unter Rückgriff auf Sekundärdaten ist i.d.R. eine empirische Hypothesenprüfung unter Rückgriff auf geeignete Datenanalyseverfahren durchzuführen.				
4	Lehrformen				
	Plenumsveranstaltungen, Gruppenarbeiten, Exkursionen, Gastvorträge				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	Formal: keine Inhaltlich: keine				
6	Prüfungsformen				
	Abschlussbericht mit Präsentationen				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Bestehen des Abschlussberichtes mit Präsentationen Regelmäßige aktive Teilnahme an den Plenumsveranstaltungen und Gruppenarbeiten				

8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote 20/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Veranstaltender Hochschullehrer des Faches BWL/Hochschullehrer des Faches BWL und Mitarbeiter, ggf. Honorarprofessoren , Lehrbeauftragte und Gastreferenten
11	Sonstige Informationen Das Forschungsprojekt muss in der BWL absolviert werden, kann aber unabhängig von den gewählten Spezialisierungen belegt werden.

Masterarbeit

Masterarbeit					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	900 h	30	4. Semester	jedes Sommersem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Besprechungen	Kontaktzeit 0 SWS / 0 h	Selbststudium 900 h	geplante Gruppengröße 1	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Durch die Masterarbeit sollen die Studierenden zeigen, dass sie innerhalb einer Bearbeitungszeit von 18 Wochen in der Lage sind, eine konkrete Problemstellung aus einer Dienstleistungsbranche wissenschaftlich aufzubereiten und begründete Lösungsvorschläge zu erarbeiten.				
3	Inhalte Dienstleistungsbezogene Themen für die Masterarbeit werden i.d.R. von den betreuenden Hochschullehrerinnen und Hochschullehrern vorgegeben und mit den Studierenden abgestimmt. Darüber hinaus können die Studierenden aber auch eigene Vorschläge für das dienstleistungsbezogene Thema der Masterarbeit unterbreiten.				
4	Lehrformen Besprechungen und ggf. Kolloquium				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Beständenes Grundlagenmodul Inhaltlich: keine				
6	Prüfungsformen schriftliche Arbeit				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Masterarbeit				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine				
9	Stellenwert der Note für die Endnote 30/120				
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Betreuender Hochschullehrer des Faches BWL				
11	Sonstige Informationen Die Masterarbeit muss in der BWL geschrieben werden, die Thematik kann aber unabhängig von den gewählten Spezialisierungen gewählt werden. Die Bearbeitungszeit beträgt 18 Wochen und die Vorlaufzeit zur Themenabstimmung soll sechs Wochen nicht übersteigen. Kriterien und Fristen für eine Rückgabe des Themas der Masterarbeit, für eine Verlängerung der Bearbeitungszeit und die i.d.R. zweimonatige Korrekturfrist sowie weitere Einzelheiten sind in § 15 der Allgemeinen Prüfungsordnung für die Masterstudiengänge an der Universität Trier und § 9 der Fachprüfungsordnung geregelt.				

Spezialisierungsstudium

BWL-Spezialisierung: „Betriebswirtschaftliche Steuerlehre und Steuerberatung“

Professur: Richter

Kurzcharakterisierung und Einordnung:

Die BWL-Spezialisierung „Betriebswirtschaftliche Steuerlehre und Steuerberatung“ zählt zu einer der beiden Spezialisierungsmöglichkeiten im Bereich Rechnungswesen/Steuern. Aufbauend auf den Kenntnissen der einzelnen Ertragsteuerarten und ihren Wechselbeziehungen untereinander liegt der Fokus der Betrachtungen auf der Wirkung von steuerlichen Einflüssen auf betriebliche Entscheidungen. Gleichmaßen wird die Wirkung steuerbilanzieller Maßnahmen im Wege der Sachverhaltsgestaltung und Sachverhaltsabbildung auf die Steuerschuld dezidiert untersucht und der Konzeption der rein steuerlich relevanten Einnahmen-Überschussrechnung als möglicher alternativer Gewinnermittlungsart gegenübergestellt. Innerhalb von Konzernstrukturen werden Instrumentarien und Strategien zur Reduktion der Steuerlast erarbeitet, seien sie im rein nationalen oder im internationalen Kontext angesiedelt. Ebenso erfolgt eine kritische Analyse wichtiger Besteuerungsfolgen, die das Außensteuergesetz anordnet, und die auf eine Vermeidung der unangemessenen Ausnutzung des internationalen Steuergefälles abzielen. Eine Integration europäischer Vorgaben für das deutsche Steuersystem in besagte Entscheidungen geschieht dabei regelmäßig. Die Master-Spezialisierung deckt sämtliche Aufgaben der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre ab, die sich in der Steuerrechtsnormendarstellung und internationalen Steuersystemlehre, der Steuerwirkungs- und -gestaltungslehre sowie der Steuerrechtsgestaltungslehre i.S.e. betriebswirtschaftlichen Rechtskritik äußern. Obige Ausführungen belegen, dass die Master-Spezialisierung in mannigfaltigen Bereichen dazu befähigt, steueroptimale Entscheidungen abzuleiten, wie dies im Rahmen einer Mandantenbetreuung im Kontext der Steuerberatung als Dienstleistung regelmäßig erforderlich ist und geschieht.

Modulname: Steuerarten und steuerliche Gewinnermittlung					
BWL-Spezialisierung: Betriebswirtschaftliche Steuerlehre und Steuerberatung (A)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	1. Semester	jedes Wintersem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	a) Steuerarten und steuerliche Einflüsse auf die Rechtsformwahl Oder Besonderheiten der steuerlichen Gewinnermittlung und Einflüsse auf funktionale Entscheidungen	2 SWS / 30 h	120 h	150 Studierende	
	b) Fallstudien	4 SWS / 60 h	90 h	150 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	Die Studierenden sollen am Ende des Moduls die im Rahmen der Steuerrechtsnormendarstellung essentiellen und mit betrieblichen Dispositionen verbundenen Steuerarten inkl. der teilweise auch die Privatsphäre tangierenden Einkommensteuer beherrschen, deren Zusammenhänge untereinander aufzeigen, Steuergestaltungspotential erkennen sowie ausgewählte Sachverhalte in Steuererklärungen abbilden können. Darüber hinaus sind die Studierenden in die Lage zu versetzen, die Besteuerungsunterschiede zwischen den einzelnen Rechtsformen aufzuzeigen sowie eine Entscheidung für die steueroptimale Rechtsform zu treffen. Im Zuge der steuerlichen Gewinnermittlung wird ein Schwerpunkt auf die Optimierungsmöglichkeiten i.S.e. Steuerbarwertminimierung bzw. Nettokapitalwertmaximierung bei den jeweiligen Gewinnermittlungsarten gelegt. Letztlich erhalten die Studierenden im Kontext der Steuerwirkungslehre einen Einblick, was den Einfluss von Steuern auf einzelne Unternehmensfunktionen anbelangt.				
3	Inhalte				
	Steuerarten und steuerliche Einflüsse auf die Rechtsformwahl: Vorab werden in einem Grundlagenkapitel wichtige Vokabularien aus der steuerlichen Praxis vermittelt. Im Anschluss erfolgt die detaillierte Analyse der in Deutschland wichtigsten Steuerarten wie die Einkommensteuer, die Körperschaftsteuer, die Gewerbesteuer sowie die Umsatzsteuer. Deren fundierte Kenntnis bildet die notwendige Voraussetzung für die Identifikation von Steuergestaltungspotentialen, die einem Mandanten im Rahmen der Steuerberatung als Dienstleistung aufzuzeigen sind. Als Beispiele seien nur die Vorzüge der fiktiven unbeschränkten gegenüber der beschränkten Steuerpflicht, die Inanspruchnahme von steuerlichen Vergünstigungen bei Veräußerung eines Gewerbebetriebs, aber auch die Gefahren im Rahmen der Zinsschranke und von § 8c KStG genannt. Die Durchführung eines Steuerbelastungsvergleichs zwischen einem Einzelunternehmen, einer Personen- und einer Kapitalgesellschaft für Zwecke der Steuerwirkung sowie des tax planning bilden einen Anwendungsbereich für die Integration von Ertragsteuern in betriebliche Entscheidungen. Auch an dieser Stelle wird die Funktion der Steuerberatung als Dienstleistung hervorgehoben, indem für einen Mandanten – sei es ein Existenzgründer, sei es ein umstrukturierungswilliges Unternehmen – Berechnungen für die				

	<p>steueroptimale Rechtsform unter der Annahme bestimmter Prämissen durchgeführt werden.</p> <p>Besonderheiten der steuerlichen Gewinnermittlung und Einflüsse auf funktionale Entscheidungen:</p> <p>Die Veranstaltung erweitert und vertieft die Kenntnisse im Bereich des handelsrechtlichen Einzelabschlusses dergestalt, dass zunächst für einzelne Adressatenkreise handelsrechtliche und steuerliche Buchführungspflichten bzw. etwaige Gestaltungsalternativen aufgezeigt und diskutiert werden, die in der Praxis durch den Steuerberater als Dienstleister erfolgen und für die Festlegung der jeweiligen steuerlichen Gewinnermittlungsart eine wesentliche Entscheidungsrelevanz entfalten. Im Anschluss wird sich dem vollständigen Betriebsvermögensvergleich mit seinen steuerlichen Spezialproblemen unter Beachtung des Maßgeblichkeitsprinzips ausführlich gewidmet. Insb. für freiberufliche Tätigkeiten besteht die Alternativmöglichkeit zur Anwendung der rein steuerlich relevanten Einnahmen-Überschussrechnung, die augenscheinlich auf einem viel einfacheren Gewinnermittlungssystem basiert, jedoch zahlreiche komplexe Durchbrechungen zwecks Verstetigung der Steuereinnahmen sowie Vermeidung von Steuermisbräuchen vorsieht. Hier besteht die Aufgabe des Steuerberaters als Dienstleister, Chancen und Risiken dieser beiden Gewinnermittlungssysteme gegenseitig abzuwägen und zu einer steueroptimalen Entscheidung zu gelangen. Der Wechsel zwischen den Gewinnermittlungsarten, der z.B. aufgrund der Unter- bzw. Überschreitung bestimmter Schwellenwerte oder der Aufgabe des Betriebs entstehen kann, vereint die bisherigen Ausführungen miteinander. Letztlich werden die Einflüsse der Besteuerung auf Investitions- sowie auf Finanzierungsentscheidungen (dort zwischen Kreditfinanzierung und Leasing) aufgezeigt, die ebenfalls im Aufgabenbereich der steuerberatenden Tätigkeit als Dienstleister liegen.</p> <p>Fallstudien:</p> <p>Diese Veranstaltung ergänzt bzw. vertieft die Lehrveranstaltung a), indem die behandelten zentralen und für die steuerberatende Tätigkeit wichtigen Themen anhand konkreter Fallstudien aus Wissenschaft und Praxis aufgegriffen und einer Lösung zugeführt werden.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung a): Vorlesung mit ggf. Lektürenkurs sowie Gastvorträgen</p> <p>Lehrveranstaltung b): Fallstudien, Referate und ggf. Gruppenarbeiten</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (120 Min.) <i>oder</i> Hausarbeit mit Präsentationen</p> <p>Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie, Volkswirtschaftslehre, Medienwissenschaft, Politikwissenschaft und Psychologie.</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>10/120</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Univ.-Prof. Dr. Lutz Richter/Univ.-Prof. Dr. Lutz Richter und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren, Lehrbeauftragte und Gastreferenten</p>

11	Sonstige Informationen
----	-------------------------------

Modulname: Besteuerung der nationalen und internationalen Unternehmensstruktur					
BWL-Spezialisierung: Betriebswirtschaftliche Steuerlehre und Steuerberatung (B)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	2. Semester	jedes Sommersem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	a) Besteuerung der nationalen und internationalen Unternehmensstruktur	2 SWS / 30 h	120 h	150 Studierende	
	b) Fallstudien	4 SWS / 60 h	90 h	150 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Die Studierenden sollen am Ende des Moduls in der Lage sein, ihr erworbenes Fachwissen auf konkrete steuerliche Problemstellungen im Kontext nationaler und internationaler Unternehmensverbindungen anzuwenden. Dabei sollen sie im Rahmen der Steuergestaltungslehre imstande sein, Situationen mittels Einsatzes steuerlicher Instrumentarien zu optimieren, d.h. etwaige Besteuerungsalternativen i.S.e. Steuerplanung und Steuerpolitik aus Sicht des Unternehmens bzw. Unternehmers aufzuzeigen und zu diskutieren. Im internationalen Bereich werden die Studierenden im Zuge der internationalen Steuersystemlehre insb. sensibilisiert, was Steuerentstrickungsregelungen und die Hinzurechnungsbesteuerung anbelangt. Zentral bilden Steuergestaltungen in Form der Wahl der optimalen Organisationsform in Inbound- und Outbound-Fällen Gegenstände der Veranstaltung. Basierend auf der dritten Säule der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre, der Steuerrechtsgestaltungslehre, gilt es den Studierenden ein Verständnis für in Deutschland bestehende europarechtskonforme sowie europarechtswidrige Steuervorschriften zu vermitteln und sie zu befähigen, betriebswirtschaftliche Rechtskritik zu üben.</p>				
3	Inhalte				
	<p>Besteuerung der nationalen und internationalen Unternehmensstruktur: Zunächst wird sich der Besteuerung von Konzentrationen in Form des Konzerns ausführlich und kritisch gewidmet. Dabei werden nicht nur die Voraussetzungen und Wirkungsweisen des Schachtelprivilegs sowie der Organschaft als zentrales Instrumentarium zur Steuergestaltung vermittelt. Auch die derzeitigen Bereiche, im Rahmen derer eine Organschaft steuerlich von Vorteil ist (z.B. sofortiger Verlustausgleich, Vermeidung von § 8b Abs. 5 KStG), werden anhand von Beispielsfällen einer entsprechenden Analyse unterzogen. Deren Kenntnis bildet eine unabdingbare Voraussetzung für eine spätere erfolgreiche steuerberatende Tätigkeit zwecks Minimierung der Steuerlast des Mandanten. Zudem erfolgt die Integration europäischer Vorgaben in diesen Themenkomplex. Auch die wichtigsten (grenzüberschreitenden) Umstrukturierungsvorgänge (insb. Fusion) verkörpern zu vermittelnde Themenbereiche. Im rein internationalen Teil der Veranstaltung werden die auf dem Gebiet des internationalen Steuerrechts gebräuchlichen Begrifflichkeiten erklärt sowie anschließend die Möglichkeiten zur unilateralen bzw. bilateralen Vermeidung einer Doppelbesteuerung (hier: anhand des OECD-Musterabkommens) aufgezeigt. Die Vermittlung der Kenntnisse wichtiger Maßnahmen aufseiten des deutschen Steuergesetzgebers zur Vermeidung der Ausnutzung des internationalen Steuergälles unter Berücksichtigung europäischer Vorgaben schließt sich an (z.B. Steuerentstrickungsregelungen oder die Besteuerung von controlled foreign corporations). Eine Analyse der Besteuerung von Outbound-Fällen, insb. der steuerliche Vergleich zwischen der Errichtung einer</p>				

	<p>ausländischen Betriebstätte oder der Gründung einer ausländischen Tochterkapitalgesellschaft, sowie von Inbound-Fällen für Zwecke des international tax planning rundet die Veranstaltung ab. Die dort aufgegriffenen und diskutierten aktuellen Fragestellungen zu internationalen Gestaltungsmöglichkeiten nehmen eine zentrale Rolle in international beratenden Gesellschaften ein und verkörpern unverzichtbare Erkenntnisse im Rahmen der Steuerberatung als Dienstleistung.</p> <p>Fallstudien: Diese Veranstaltung ergänzt bzw. vertieft die Lehrveranstaltung a), indem die behandelten zentralen und für die steuerberatende Tätigkeit wichtigen Themen anhand konkreter Fallstudien aus Wissenschaft und Praxis aufgegriffen und einer Lösung zugeführt werden.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung a): Vorlesung mit ggf. Lektürenkurs sowie Gastvorträgen Lehrveranstaltung b): Fallstudien, Referate und ggf. Gruppenarbeiten</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (120 Min.) <i>oder</i> Hausarbeit mit Präsentationen Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie, Volkswirtschaftslehre, Medienwissenschaft, Politikwissenschaft und Psychologie.</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>10/120</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Univ.-Prof. Dr. Lutz Richter/Univ.-Prof. Dr. Lutz Richter und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren, Lehrbeauftragte und Gastreferenten</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p>

BWL-Spezialisierung: „Business- und Dienstleistungsmarketing“

Professur: Weiber

Kurzcharakterisierung und Einordnung:

Die BWL-Spezialisierung „Business- und Dienstleistungsmarketing“ zählt zu einer der beiden Spezialisierungsmöglichkeiten im Bereich Marketing. Im Vordergrund dieser Spezialisierung stehen die individualisierte Leistungserstellung und die interaktive Wertschöpfung mit Kunden (Dienstleistungsmarketing) sowie Geschäftspartnern (Business-to-Business-Marketing). Dabei werden nicht nur klassische Dienstleistungsunternehmen aus dem Business-to-Consumer- sowie dem industriellen Business-to-Business-Bereich (Industriegüter-Branche) betrachtet, sondern insbesondere Dienstleistungen als Differenzierungsinstrument im Wettbewerb von Sachgüter produzierenden Unternehmen diskutiert. Darüber hinaus bilden die marktbezogene Analyse von Dienstleistungs-Innovationen primär aus dem Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien (Electronic Business) sowie das Management von Geschäftsbeziehungen (Relationship Marketing) einen Schwerpunkt in dieser Spezialisierung. Eine eingehende Beachtung erhalten in diesem Zusammenhang informationstechnische Innovationen sowie die Öffnung der unternehmerischen Innovationsprozesse (sog. Open Innovation) und der damit verbundene Einbezug von Kunden in die unternehmerischen Prozesse. Anwendungsbereiche der diesbezüglichen Betrachtungen sind z.B. das Internet (Web 2.0/3.0, Blogs, Wikis; Virtual Communities), Informationstechnologien und der Mobilfunk. Neben der Analyse aktueller und zukunftsgerichteter Herausforderungen für das Marketing werden auch die Auswirkungen der Entwicklungen im Bereich der Informationstechnologien und die damit verbundene Vernetzung zwischen den Marktteilnehmern (corporate und social Networks) auf das Unternehmens- und Marktgeschehen betrachtet (Netzwerkökonomie). Die Spezialisierung vermittelt weiterhin die Kompetenz, aufbauend auf einschlägigen Forschungsergebnissen, Erklärungsmodelle zu entwickeln und mit Hilfe geeigneter multivariater Verfahren (insb. der Kausalanalyse) eigene empirische Untersuchungen zu konzipieren, auszuwerten und sachgerecht zu interpretieren.

Modulname: Electronic Business und Relationship Marketing					
BWL-Spezialisierung: Business- und Dienstleistungsmarketing (A)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	1. Semester	jedes Wintersem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	a) Electronic Business und Relationship Marketing	2 SWS / 30 h	70 h	150 Studierende	
	b) Methoden und Modelle im Marketing	4 SWS / 60 h	140 h	150 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Die Studierenden sollen die Bedeutung des <i>Electronic Business</i> (EB) und des <i>Relationship Marketing</i> (RM) für den Unternehmenserfolg erkennen und die Notwendigkeit des Zusammenspiels von EB und RM verstanden haben. In beiden Gebieten sollen die zentralen Lerninhalte (s.u.) und die dabei relevanten Entscheidungstatbestände sowie Gestaltungsoptionen beschrieben, erläutert sowie kritisch reflektiert werden können. Die Studierenden sollen die Besonderheiten und Spielregeln der Netzwerkökonomie verstehen, erläutern und im Vergleich zur „klassischen“ Ökonomie unterscheiden können. Sie sollen in der Lage sein, zu erkennen, unter welchen Bedingungen und auf welchen Märkten die Netzwerkökonomie Gültigkeit besitzt. Weiterhin sollen die Studierenden Problemstellungen aus Wissenschaft und Praxis im Bereich des EB und des RM mit Hilfe konkreter Methoden und Techniken lösen und Lösungsansätze kritisch beurteilen können. Die in der Veranstaltung behandelten Methoden, Techniken und Lösungsansätze sollen auf die Unternehmenspraxis übertragen und beurteilt werden können. Zentrale Forschungsarbeiten aus beiden Gebieten sollen bekannt sein und wissenschaftliche sowie praxisorientierte Beiträge kritisch reflektiert werden können.</p> <p>Durch die Veranstaltung „<i>Methoden und Modelle im Marketing</i>“ sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, aufbauend auf aktuellen Forschungsergebnissen, eigene empirische Untersuchungen zu konzipieren, auszuwerten und sachgerecht interpretieren zu können. Zu diesem Zweck sollen die behandelten Methoden und Modelle erläutert und kritisch reflektiert werden können. Weiterhin sollen die Studierenden erkennen, dass die Methodik der Strukturgleichungsmodellierung immer ein theoretisch oder sachlogisch fundiertes Hypothesensystem erfordert. Hypothetische Konstrukte sollen eigenständig operationalisiert und die entsprechenden Prüfungen mit Hilfe der einschlägigen Methoden unter Verwendung der entsprechenden Softwareprogramme (insb. AMOS und PLS) durchgeführt werden können. Die Unterschiede zwischen dem kovarianzanalytischen und dem varianzanalytischen Ansatz der Kausalanalyse sollen benannt und erläutert werden können. Die Studierenden sollen in der Lage sein, in konkreten Anwendungssituationen begründete Auswahlentscheidungen zwischen alternativen Methoden und Modellen vorzunehmen.</p>				

3	<p>Inhalte</p> <p>Electronic Business und Relationship Marketing: Unter <i>Electronic Business</i> wird hier das Management der Unternehmens- und Marktprozesse unter Rückgriff auf elektronische Systeme (Informationstechnologien) mit dem Ziel der Effektivitäts- und Effizienzsteigerung im Wettbewerb verstanden. Informationen werden als Produktionsfaktor verstanden und die Informationstechnik als zentraler Innovationsmotor der heutigen Wirtschaft erläutert und deren Bedeutung für den Unternehmenserfolg herausgestellt. Den Schwerpunkt der Veranstaltung bilden die interaktive Generierung von Innovationen mit Kunden (Open Innovation; wisdom of crowds) und die Diskussion von geeigneten Marketing- (Interactive Marketing; One-to-one-Marketing) sowie Managementkonzepten. Besondere Beachtung erhält dabei die Unsicherheitsproblematik und die daraus resultierenden Verhaltensimplikationen auf Anbieter- und Nachfragerseite. Mit dem wettbewerbsorientierten Informationsmanagement wird ein Ansatz diskutiert, der es ermöglicht, die über Informations- und Kommunikationstechnologien (IuK) erzeugten Marktinformationen (z.B. via Internet; Web 2.0/3.0; Ambient Intelligence, Virtual Communities) in Steuerungsinformationen für den unternehmerischen Wertschöpfungsprozess zu übertragen und somit auf Dauer Wettbewerbsfolge im Sinne von Business-Intelligence bzw. Business Excellence zu erreichen. Durch die zunehmende Ausrichtung der Leistungsangebote auf den Einzelkunden weisen diese einen starken „Dienstleistungscharakter“ auf und erfordern zur erfolgreichen Umsetzung ein Relationship Marketing (RM). Die Erläuterung und Diskussion der Aktivitätsschwerpunkte sowie der Implementierungsprobleme im RM bilden deshalb einen weiteren Schwerpunkt der Veranstaltung. Die Veranstaltung schließt mit der Analyse der Auswirkungen von IuK-Innovationen auf die Veränderung der Marktspielregeln und behandelt hier die besonderen Merkmale der sog. Netzwerkökonomie. Die zentralen Themen des Moduls werden anhand von konkreten Beispielen aus Wissenschaft und Praxis erläutert und mittels geeigneter Übungen, Fallstudien und ggf. Gastvorträgen sowie weiterführenden Literaturtexten vertieft.</p> <p>Methoden und Modelle im Marketing: Die Veranstaltung vermittelt die Fähigkeit zur Erstellung von Erklärungs- und Entscheidungsmodellen im Marketing sowie das Wissen zur Beurteilung bestehender Modelle (z.B. Erklärungs-, Positionierungs-, Prognose-Modelle). Unterstützend zur Modellbildung werden weiterhin Methoden der multivariaten Datenanalyse behandelt, mit deren Hilfe empirische Modellbildung sowie Modellprüfung zur verhaltensbezogenen Analyse der Marktparteien (insb. Nachfragerverhalten) möglich sind. Eine besondere Bedeutung wird dabei der Strukturgleichungsmodellierung beigemessen und der Prozess von der Konzeptualisierung hypothetischer Konstrukte bis hin zur empirischen Prüfung von Kausalmodellen mit Hilfe des kovarianzanalytischen (LISREL; AMOS) sowie des varianzanalytischen Ansatzes (PLS) der Kausalanalyse erläutert. Die Veranstaltung wird durch konkrete Übungen mit Hilfe ausgewählter Programmpakete (z.B. Excel; SPSS; LISREL und PLS) vertieft.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung a): Vorlesung mit Lektürenkurs und ggf. Fallstudien sowie Gastvorträgen Lehrveranstaltung b): „Übung mit Aufgaben und/oder gecoachtes Selbststudium“ oder „Übung mit Hausarbeit, Referat und ggf. Gruppenarbeiten“</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (120 Min.) <i>oder</i> Hausarbeit mit Präsentationen Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.</p>

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit mit Präsentation Prüfungsvorleistung: Ggf. erfolgreiche Teilnahme an der Veranstaltung „Methoden und Modelle im Marketing“
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der kooperierenden Fächer (z.B. Soziologie, Volkswirtschaftslehre, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsmathematik)
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Univ.-Prof. Dr. Rolf Weiber/Univ.-Prof. Dr. Weiber und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren, Lehrbeauftragte und Gastreferenten
11	Sonstige Informationen Die Teilnahme am Modul setzt grundlegende Kenntnisse im Bereich der Betriebswirtschaftslehre und insb. des Marketing sowie der Marktforschung auf Bachelor-Niveau voraus.

Modulname: Business- und Dienstleistungsmarketing					
BWL-Spezialisierung: Business- und Dienstleistungsmarketing (B)					
Kennummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des An-gebots	Dauer
	300 h	10	2. Semester	jedes Sommersem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Grup-pengröße	
	a) Business- und Dienst-leistungsmarketing I	2 SWS / 30 h	70 h	150 Studierende	
	b) Business- und Dienst-leistungsmarketing II	2 SWS / 30 h	70 h	150 Studierende	
	c) Aktuelle Themen	2 SWS / 30 h	70 h	150 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Die Studierenden sollen die Bedeutung des <i>Business Marketing</i> (BM) und des <i>Dienstleistungs-Marketing</i> (DLM) für die Unternehmenspraxis erkennen und die für beide Gebiete hohe Bedeutung der Kundenintegration (Customer Integration) verstanden haben. Gemeinsamkeiten, aber auch Unterschiede von BM und DLM sollen benannt und begründet erläutert werden können. In beiden Gebieten sollen die zentralen Lerninhalte (s.u.) und die dabei relevanten Entscheidungstatbestände sowie Gestaltungsoptionen beschrieben, erläutert sowie kritisch reflektiert werden können. Weiterhin sollen die Studierenden Problemstellungen aus Wissenschaft und Praxis im Bereich des BM und des DLM mit Hilfe konkreter Methoden sowie Techniken lösen und Lösungsansätze kritisch beurteilen können. Die in der Veranstaltung behandelten Methoden, Techniken und Lösungsansätze sollen auf die Unternehmenspraxis übertragen werden können. Zentrale Forschungsarbeiten aus beiden Gebieten sollen bekannt sein und wissenschaftliche sowie praxisorientierte Beiträge kritisch reflektiert werden können.</p> <p>Durch die Veranstaltung „Aktuelle Themen“ sollen die Studierenden aktuelle Forschungsarbeiten aus den Gebieten BM und DLM kennen lernen und diese kritisch beurteilen können. In der Diskussion mit anderen Studierenden sollen sie lernen, eigene Einschätzungen zu entwickeln, ihre Beurteilungen zu verteidigen sowie unterschiedliche Standpunkte zu einem Themenfeld zu reflektieren. Weiterhin sollen die Studierenden in der Lage sein, Probleme aus der Unternehmenspraxis des BM und DLM zu beurteilen und eigenständig geeignete Lösungsansätze zu entwickeln.</p>				
3	Inhalte				
	<p>Business- und Dienstleistungsmarketing I und II: Die Veranstaltung zeigt zunächst die Bedeutung des <i>industriellen Business-to-Business</i> (B2B)-Marketing anhand der unterschiedlichen Wertschöpfungsstufen im Markt auf und stellt die allgemeine Relevanz von <i>Dienstleistungen</i> (DL) für den Unternehmenserfolg heraus. Es werden die Charakteristika von B2B-Geschäften sowie von Dienstleistungen behandelt und einschlägige Erklärungsansätze vorgestellt und diskutiert. Dabei wird die Gemeinsamkeit von Leistungsangeboten im B2B- und DL-Bereich insbesondere anhand der Merkmale „<i>Leistungs-individualisierung</i>“ und „<i>Kundenintegration</i>“ herausgearbeitet. Weitere Schwerpunkte der Veranstaltung bilden Erklärungsansätze zum Nachfragerverhalten im B2B- und DL-Bereich sowie die Entwicklung geschäftstypenspezifischer bzw. segmentspezifischer Vermarktungskonzepte (sog. Geschäftstypen-Marketing). Bezogen auf den (individualisierten) Leistungserstellungsprozess und dessen Qualität werden grundlegende Messansätze, Analysemethoden und Steuerungsansätze behandelt. Die Veranstaltung behandelt weiterhin auch grundlegende Fragen der Marketing-Implementierung. Die zentralen Themen des Moduls werden anhand von konkreten Beispielen aus Wissenschaft und Praxis erläutert und mittels geeigneter Übun-</p>				

	<p>gen, Fallstudien und ggf. Gastvorträgen sowie weiterführenden Literaturtexten vertieft.</p> <p>Aktuelle Themen im Business- und Dienstleistungsmarketing: Es werden aktuelle und/oder spezielle Themen zur BWL-Spezialisierung „Business- und Dienstleistungsmarketing“ behandelt. Die Themenauswahl orientiert sich dabei an zentralen und aktuellen Problemstellungen aus der wissenschaftlichen Literatur sowie der Unternehmenspraxis. Die Themen werden in unterschiedlichen Formen diskutiert (z. B. Übungen mit Aufgaben, Fallstudien aus der Unternehmenspraxis, Diskussion und Reflektion von Fachbeiträgen). Die Veranstaltung wird i.d.R. in Seminarform durchgeführt.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung a) Vorlesung mit Lektürekurs und ggf. Fallstudien sowie Gastvorträgen Lehrveranstaltung b): „Übung mit Aufgaben und/oder gecoachtes Selbststudium“ oder „Übung mit Hausarbeit, Referat und ggf. Gruppenarbeiten“ Lehrveranstaltung c): „Übung mit Aufgaben und/oder gecoachtes Selbststudium“ oder „Übung mit Hausarbeit, Referat und ggf. Gruppenarbeiten“</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (120 Min.) <i>oder</i> Hausarbeit mit Präsentationen Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit mit Präsentation Prüfungsvorleistung: Erfolgreiche Teilnahme an der Veranstaltung „Aktuelle Themen“</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der kooperierenden Fächer (z.B. Soziologie, Volkswirtschaftslehre, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsmathematik).</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>10/120</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Univ.-Prof. Dr. Rolf Weiber/Univ.-Prof. Dr. Weiber und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren, Lehrbeauftragte und Gastreferenten</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Die Teilnahme am Modul setzt grundlegende Kenntnisse im Bereich der Betriebswirtschaftslehre und insb. des Marketing sowie der Marktforschung auf Bachelor-Niveau voraus.</p>

BWL-Spezialisierung: „Eigentümergeführte dienstleistende Unternehmen“

Professur: N.N.

Kurzcharakterisierung und Einordnung:

Im Zentrum der BWL-Spezialisierung „Eigentümergeführte dienstleistende Unternehmen“ stehen mittelständische Unternehmen, bei denen Eigentums- und Verfügungsrechte nicht getrennt sind, und die entweder zum Dienstleistungssektor gehören oder bei denen die Ausschöpfung von Wertschöpfungs- und Dienstleistungspotentialen eine wesentliche Komponente bei der Positionierung im Wettbewerb darstellt. Die Besonderheiten eigentümergeführter dienstleistender Unternehmen und deren sozioökonomisches Umfeld werden ebenso kritisch reflektierend thematisiert wie der Gründungsprozess von dienstleistenden Unternehmen und die Führung der Mitarbeitenden und des Unternehmens im Strukturwandel.

Modulname: Unternehmer und dienstleistende Unternehmen in der Sozialen Marktwirtschaft					
BWL-Spezialisierung: Eigentümergeführte dienstleistende Unternehmen (A)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	1. Semester	jedes Wintersem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	a) Sozioökonomisches Umfeld und Charakteristika eigentümergeführter Unternehmen oder	2 SWS / 30 h	120h	150 Studierende	
	b) Empirische Mittelstandsforschung oder	2 SWS / 30 h	120 h	150 Studierende	
	c) Management von KMU und jungen Unternehmen und	2 SWS / 30 h	120h	150 Studierende	
	d) Gründung dienstleistungsorientierter Unternehmen	4 SWS / 60 h	90h	150 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Nach Abschluss dieses Moduls sollen die Studierenden das ordnungspolitische und sozioökonomische Umfeld sowie die Besonderheiten eigentümergeführter Unternehmen, die aus dem Zusammenfallen von Eigentums- und Verfügungsrechten sowie aus der Multifunktionalität mittelständischer Unternehmer im Lebenszyklus von Unternehmen resultieren, verstanden haben sowie kritisch reflektieren können. Die Studierenden sollen erkannt haben, dass das Entscheiden und das Handeln von Eigentümer-Unternehmern auch von nicht-monetären Parametern in der unternehmerischen Zielfunktion beeinflusst werden, ihre Hauptaufgabe allerdings darin besteht, Wertschöpfungs- und Differenzierungspotenziale auf eigene Rechnung zu realisieren. Die Studierenden sollen erkennen, dass sich hierzu insbesondere kundenorientierte, innovative Dienstleistungen eignen, aber auch unter Berücksichtigung der Interdependenzen zu anderen betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen einzuschätzen lernen, welche Risiken damit verbundenen sein können.</p>				
3	Inhalte				
	<p>Sozioökonomisches Umfeld und Charakteristika eigentümergeführter Unternehmen Kritisch reflektierend thematisiert diese Veranstaltung die gesellschaftliche und wirtschaftliche Rolle selbstständiger Unternehmer in der Sozialen Marktwirtschaft, insbesondere im Hinblick auf die Bedeutung von Dienstleistungsunternehmen für Innovation und Beschäftigung. Die Analyse des sozioökonomischen Umfelds umfasst neben den unternehmensgrößenspezifischen arbeits-, wettbewerbs-, sozial- und mittelstandspolitischen Rahmenbedingungen und dem Netzwerkkontext mittelständischer Unternehmen (z. B. Financiers, Familie, regionale Cluster) insbesondere ihre Relation zu Großunternehmen. Dabei werden die Chancen und Risiken dienstleistungsorientierter kmU im arbeitsteiligen Prozess mit Großunternehmen (z.B. outsourcing, spin offs) ebenso differenziert behandelt wie ihre vor allem aus der Perspektive der Principal-Agent-Theory abgeleiteten Vor- und Nachteile gegenüber Großunternehmen, sofern sie diesen als Wettbewerber gegenüber stehen.</p> <p>Empirische Mittelstandsforschung</p>				

	<p>Kleine und mittelständische Unternehmen unterscheiden sich in vielen Facetten von großen multinational agierenden Unternehmen. Nicht nur die Unternehmensgröße und Aufbaustruktur sondern auch Publizitätspflicht und Auskunftsbereitschaft divergieren häufig. Neben inhaltlichen Implikationen haben diese Besonderheiten auch methodische Implikationen beispielsweise bei der Generierung von Datenmaterial. Die Veranstaltung vermittelt methodische Kompetenzen, um den spezifischen methodischen Herausforderungen des Mittelstands mit Hilfe wissenschaftlich empirischer Forschungsmethoden begegnen zu können. Studierende erlernen die Hintergründe für die methodischen Spezifika des Mittelstands. Die Inhalte reichen vom Prozess der Theorieentwicklung und Hypothesenformulierung, über Themen der Operationalisierung und Messung wesentlicher KMU spezifischer Konstrukte (z.B. subjektive Erfolgsmaße) hin zu Testverfahren zur Überprüfung von Validität und Reliabilität und verschiedenen multivariaten Analyseverfahren.</p> <p>Management von KMU und jungen Unternehmen</p> <p>Die Veranstaltung vertieft Aspekte, die im Zusammenhang mit dem Management von kleinen und mittleren Dienstleistungsunternehmen sowie jungen und neu-gegründeten Dienstleistungsunternehmen stehen. Die Inhalte beginnen mit den Spezifika von KMU und jungen Unternehmen, die besondere Herausforderungen an das Management dieser Unternehmen stellen. Neben der Vermittlung von Instrumenten zum ziel- und effizienzorientierten kurz-, mittel- und langfristigen Management von KMU und jungen Unternehmen werden insbesondere Herausforderungen, die mit dem Wachstum der Unternehmen in Zusammenhang stehen, differenziert beleuchtet.</p> <p>Gründung dienstleistungsorientierter Unternehmen</p> <p>Im Zentrum dieser Veranstaltung steht ein prozessorientierter Ansatz im Hinblick auf die Gründung von Dienstleistungsunternehmen und dienstleistungsorientierten Unternehmen. Daher beginnen die Inhalte mit Methoden zur Generierung innovativer Dienstleistungsideen und reichen von der alle Interdependenzen berücksichtigenden Erstellung eines belastbaren Businessplans bis hin zur kritischen Analyse der wissenschaftlichen Befunde zu den Erfolgs- und Misserfolgskriterien neu gegründeter Dienstleistungsunternehmen. Hierbei werden insbesondere die Chancen und Risiken von Teamgründungen behandelt. Besonderer Wert wird in dieser Veranstaltung auf das reflektierte Treffen konstitutiver Entscheidungen unter Unsicherheit und Antizipation z. B. des Verhaltens von Wettbewerbern gelegt.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>a) Vorlesung, Übung, Gastvorträge von Unternehmern, gecoachtes Selbststudium</p> <p>b) Vorlesung, Übung, Fallstudien, Gastvorträge von Gründern, Planspiel „Start up Dienstleistung“, gecoachtes Selbststudium</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (120 Min.) <i>oder</i> Hausarbeit mit Präsentationen Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit Prüfungsvorleistung: keine</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie und Volkswirtschaftslehre.</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>10/120</p>

10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende N.N. und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren, Lehrbeauftragte und Gastreferenten
11	Sonstige Informationen

Modulname: Führung im Strukturwandel					
BWL-Spezialisierung: Eigentümergeführte dienstleistende Unternehmen (B)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	2. Semester	jedes Sommersem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	a) Dienstleistungen als Differenzierungspotenzial im Strukturwandel oder		2 SWS / 30 h	120 h	150 Studierende
	b) International Management und		2 SWS / 30 h	120 h	150 Studierende
	c) Leadership: Dienen und Leisten		4 SWS / 60 h	90 h	150 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Nach Abschluss dieses Moduls sollen die Studierenden mit unternehmerischen Entscheidungen vertraut sein, die insbesondere im Kontext der Nutzung dienstleistungsorientierter Wertschöpfungs- und Differenzierungspotenziale zu treffen sind, so z. B. aus der Sicht eines mittelständischen Großhändlers, der sich im Zuge von Disintermediationstendenzen neu positionieren muss. Damit einhergehend sollen die Studierenden in der Lage sein, den jeweiligen Interdependenzen zu anderen betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen adäquat Rechnung zu tragen. Hierbei spielt die Kenntnis der Anforderungen an die strukturelle und personal-interaktiven Führung dienstleistungsorientierter mittelständischer Unternehmen eine Schlüsselrolle. Daher sollen die Studierenden am Ende des Moduls das Zusammenspiel zwischen Persönlichkeit, Führungsstil und -situation, achtungsvoller, Sinn vermittelnder Kommunikation und Ergebnisorientierung als Voraussetzung wirksamer Führung verstanden haben sowie die Fähigkeit zur Entwicklung und kritisch-konstruktiven Selbstreflexion des eigenen Führungsverhaltens besitzen.</p>				
3	Inhalte				
	Dienstleistungen als Differenzierungspotenzial im Strukturwandel				
	<p>Zahlreiche eigentümergeführte mittelständische Unternehmen stehen vor der zum Teil überlebenswichtigen Frage, wie sie sich durch spezielle Dienstleistungen positiv von ihrer Konkurrenz abheben können. Dies betrifft insbesondere mittelständische Unternehmen, die sich in Märkten und Wertschöpfungsketten positioniert haben, die durch tief greifende Strukturwandlungsprozesse verändert werden. Daher widmet sich diese Veranstaltung auf der Basis institutionenökonomischer Theorien zunächst der Analyse ausgewählter Märkte/Wertschöpfungsketten (z.B. Automobilzulieferpyramide, Distributionsdienstleistungen im Konsumgüter- und Produktionsverbindungshandel, Freie Berufe). Bei der daran anschließenden Erarbeitung und Reflexion praxisnaher strategischer Handlungsoptionen nehmen branchenübergreifende und internationale Kooperationen einen besonderen Stellenwert ein.</p>				
	International Management				
	<p>Die Veranstaltung vermittelt theoretische, praktische und empirische Kompetenzen zu Fragestellungen des Internationalen Managements. Neben den Herausforderungen, die für Unternehmen in der zunehmend internationaler werdenden sozialen Marktwirtschaft bestehen, werden Strategien zum Eintritt und zur Erschließung internationaler Märkte erarbeitet. Hierbei wird insbesondere auch ein Schwerpunkt auf die Internationalisierungsbestrebungen von mittelständischen Unternehmen und</p>				

	<p>auch kleinen und jungen Unternehmen gelegt, welche sich einem verschärften internationalen Wettbewerb stellen. Die formellen und informellen institutionellen Rahmenbedingungen von Auslandsmärkten und deren Auswirkungen auf die Unternehmensorganisation sowie die strategische Positionierung des Unternehmens im internationalen Umfeld sind weitere wesentliche Schwerpunkte des Kurses. Erfolgs- und Wachstumsfaktoren zum nachhaltigen Fortbestehen von Unternehmen in internationalen Marktwirtschaften werden theoretisch abgeleitet, diskutiert und empirisch fundiert.</p> <p>Leadership: Dienen und Leisten Diese Veranstaltung trägt der zentralen Rolle Rechnung, die Eigentümer-Unternehmer in mittelständischen Unternehmen einnehmen. Sie befasst sich zum einen vor dem Hintergrund der modernen Entrepreneurship-Forschung mit der kunden- und wettbewerbsorientierten Ausübung unternehmerischer Funktionen. Zum anderen betrachtet sie den Unternehmer auch als Menschen, der vor dem Hintergrund seiner individuellen Werte und Einstellungen eine zentrale Führungsposition innehat und im Alltag eine wichtige Vorbildfunktion für seine Mitarbeiter hinsichtlich des Dienens und des Leistens übernimmt. Da an die Mitarbeiter von Dienstleistungsunternehmen besondere Anforderungen in der unmittelbaren Kundenorientierung zu stellen sind (uno-actu-Prinzip, critical incidents vermeiden, Empowerment, Intrapreneurship) werden die Anforderungen an eine moderne Mitarbeiterführung in ihren strukturellen und personalen Komponenten systematisch aufgearbeitet. Hierbei werden Lösungsansätze aufgezeigt und reflektiert. Zudem werden in Zeiten ständigen Wandels und hoher Arbeitszeitanforderungen Möglichkeiten der unternehmerischen Selbstführung als Grundlage für eine effektive Mitarbeiterführung thematisiert.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>a) Vorlesung, Übung, Gastvorträge von Unternehmern, gecoachtes Selbststudium b) Vorlesung, Übung, Fallstudien, Gastvorträge von Unternehmern, gecoachtes Selbststudium</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (120 Min.) <i>oder</i> Hausarbeit mit Präsentationen Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit Prüfungsvorleistung: keine</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie und Volkswirtschaftslehre.</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>10/120</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>N.N. und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren, Lehrbeauftragte und Gastreferenten</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p>

BWL-Spezialisierung: „Financial Economics & Risk Management“

Professur: Adam-Müller

Kurzcharakterisierung und Einordnung:

Die BWL-Spezialisierung „Financial Economics and Risk Management“ ist eine der beiden Spezialisierungsmöglichkeiten im Bereich Finance. **Es geht in dieser Spezialisierung nicht um die Finanzierung von Dienstleistungsunternehmen, da diese sich bei den im Rahmen eines Masterstudiums behandelbaren Inhalten bestenfalls dadurch von der Finanzierung anderer Unternehmen unterscheidet, dass bestimmte Probleme pronoucierter auftreten, andere dagegen weniger stark. Vielmehr geht es in dieser Spezialisierung darum, ein grundlegendes Verständnis für Finanzdienstleistungsprodukte aufzubauen und dies in ausgewählten Feldern weiter zu vertiefen.** Im Modul „Kapitalmarkttheorie“ werden die theoretischen Grundlagen für ein Verständnis von Kapitalmärkten gelegt, mit dessen Hilfe sich eine Vielzahl von Finanzdienstleistungen und Finanzprodukten beschreiben, analysieren und bewerten lässt. Im zweiten Modul „International Corporate Finance and Risk Management“ wird eines von drei möglichen Veranstaltungspaaren zu den Themen „International Financial Management and Risk Management“, „Corporate Finance and Risk Management“ und „Current Issues in Financial Markets“ angeboten. Durch eine intensive Beschäftigung mit praktischen Anwendungsbeispielen und -fällen sowie die Einbeziehung empirischer Befunde aus der wissenschaftlichen Literatur wird sichergestellt, dass der Zusammenhang zwischen Modellen einerseits und realen Finanzmärkten und den dort angebotenen komplexen Dienstleistungen andererseits deutlich erkennbar wird.

Modulname: Kapitalmarkttheorie					
BWL-Spezialisierung: Financial Economics & Risk Management (A)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	1. Sem.	jedes Wintersem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	a) Kapitalmarkttheorie	2 SWS / 30 h	120 h	150 Studierende	
	b) Methoden und Anwendungen der Kapitalmarkttheorie	4 SWS / 60 h	90 h	150 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Die Studierenden sollen die Inhalte der Lehrveranstaltungen a) und b) kennen, erläutern und kritisch reflektieren können. Dabei stehen die Beherrschung formaler Modelle sowie deren Anwendung auf konkrete Fragestellungen im Vordergrund. Die Fähigkeit, die logische Struktur und Abhängigkeit der verschiedenen Modelle zu erkennen und im Rahmen einer kritischen Analyse der jeweiligen Annahmen die Anwendbarkeit der Modellergebnisse beurteilen zu können, bildet dabei einen besonderen Schwerpunkt. Ein zweiter Schwerpunkt besteht darin, die für eine konkrete Anwendung der Modelle notwendigen Vereinfachungen und Approximationen zu beherrschen. Die in diesem Modul behandelten Inhalte sind für das Verständnis von Kapitalmärkten und damit für das Verständnis von Finanzdienstleistungen und Finanzintermediation von zentraler Bedeutung. <u>Die Studierenden sollen in der Lage sein, die intertemporale Allokation von Finanzmitteln und die Allokation von Risiken, die durch Finanzdienstleistungen erreicht wird, sowie die Interessen der Anbieter und Nachfrager nach Finanzdienstleistungen miteinander in Beziehung setzen können.</u></p>				
3	Inhalte				
	<p>a) Kapitalmarkttheorie: In dieser Veranstaltung werden die zentralen Grundlagen für die neoklassische Theorie der Kapitalmärkte gelegt. Zunächst werden Formalisierungen für intertemporale Optimierungskalküle individueller Investoren behandelt. Diese werden im Rahmen der Portfolio-Theorie dazu verwendet, die individuelle Wertpapiernachfrage abzuleiten. Auf dieser Grundlage werden Kapitalmarktgleichgewichte untersucht und alternative Ansätze zur Bewertung von Vermögenstiteln vorgestellt. Abschließend werden Anwendungen dieser Konzepte z.B. auf Derivate oder die Modellierung der Zinsstruktur vorgestellt.</p> <p>b) Methoden und Anwendungen der Kapitalmarkttheorie: In dieser Veranstaltung werden quantitative Methoden vorgestellt, die für das Modellverständnis und für Anwendungen wichtig sind. Ferner wird anhand von Beispielen die Anwendung der Modelle auf konkrete Entscheidungssituationen vorgestellt und vertieft.</p>				
4	Lehrformen				
	<p>Lehrveranstaltung a) Vorlesung, ggf. mit Lektüreelementen, kurzen Fallstudien, Übungen sowie Gastvorträgen Lehrveranstaltung b): Übung mit Aufgaben, Übung mit Hausarbeit und/oder Referate, ggf. ergänzt um Gruppenarbeiten</p>				

5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (120 Min.) <i>oder</i> Hausarbeit, ggf. mit Präsentationen Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit Prüfungsvorleistung: Ggf. erfolgreiche Teilnahme an der Lehrveranstaltung b)
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie, Volkswirtschaftslehre, Medienwissenschaft, Politikwissenschaft und Psychologie.
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Univ.-Prof. Dr. Axel Adam-Müller/Univ.-Prof. Dr. Axel Adam-Müller und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren, Lehrbeauftragte und Gastreferenten
11	Sonstige Informationen

Modulname: Risk Management					
BWL-Spezialisierung: Financial Economics & Risk Management (B)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	1. Sem.	jedes Sommersem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	A), B), C)	2 SWS /30 h	120 h	150 Studierende	
	a), b), c)	4 SWS / 60 h	90 h	150 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Nach dem Besuch dieses Moduls sollen die Studierenden anhand ausgewählter Themengebiete die Komplexität der Interaktion verschiedenster Risiken, die auf Kapitalmärkten und Gütermärkten existieren, erkennen sowie Methoden und Instrumente zur Messung und Steuerung ausgewählter Risiken kennen, wiedergeben und kritisch analysieren können. Ein besonderer Schwerpunkt wird dabei auf Fragen der Unternehmensfinanzierung und des internationalen Finanzmanagements gelegt. <u>Diese Methoden lassen sich auch auf andere Fragen der Finanzdienstleistungsindustrie anwenden.</u> Die Fähigkeit zur Anwendung dieser Kenntnisse auf konkrete Probleme der Praxis von Unternehmen, Finanzdienstleistern und einzelnen Investoren ist das zweite zentrale Lernziel. Ferner sollen Studierende mit der englischen Fachterminologie vertraut sein.</p>				
3	Inhalte				
	<p>Es wird eines der folgenden Paare von Veranstaltungen angeboten: A) mit a), B) mit b) oder C) mit c).</p> <p>A) International Financial Management and Risk Management: Concepts</p> <p>Es wird der Zusammenhang zwischen Wechselkursen, dem internationalen Währungssystem, politischen Risiken und dem Handeln international tätiger Unternehmen untersucht. Ebenen der Messung und einzelne Maßnahmen zur Steuerung von Wechselkursrisiken werden vorgestellt und kritisch analysiert. Daraus wird die Nachfrage nach Finanzdienstleistungen zur Risikoabsicherung gegen Wechselkursrisiken abgeleitet.</p> <p>a) International Financial Management and Risk Management: Applications</p> <p>Die in der Veranstaltung A) vorgestellten Inhalte und Konzepte werden mit Hilfe praktischer Beispiele, aktueller Anwendungen aus der Unternehmenspraxis und/oder Fallstudien im Detail weiterentwickelt und kritisch verglichen.</p> <p>B) Corporate Finance and Risk Management: Concepts</p> <p>Es werden theoretische Modelle vorgestellt, mit denen verschiedene Aspekte externer Finanzierung auf unvollkommenen Kapitalmärkten analysiert werden können. Dabei spielt die Bewertung von (Verhaltens-)Risiken eine bedeutende Rolle. Aus dieser Analyse ergeben sich Implikationen für die optimale Kapitalstruktur, die Konstruktion optimaler Anreizverträge und für Fragen der Risikosteuerung. Ferner wird auf Fragen der Unternehmensbewertung, auf Unternehmensübernahmen und -zusammenschlüsse und auf die Analyse von Finanzdienstleistungen zur Risikoabsicherung gegen Zins- und andere Preisrisiken eingegangen. Die theoretische Analyse wird durch die Behandlung empirischer Befunde ergänzt. <u>Die Veranstaltung schlägt einen Bogen, der bei relativ einfachen Finanzdienstleistungen wie Unternehmenskrediten beginnt und bei komplexen Finanzdienstleistungen wie beispielweise Mergers & Acquisitions oder der Steuerung komplexer Risikopositionen endet.</u></p>				

	<p>b) Corporate Finance and Risk Management: Applications</p> <p>Die in der Veranstaltung B) vorgestellten Inhalte und Konzepte werden mit Hilfe von Übungsbeispielen, Fallstudien und/oder aktuellen Entwicklungen aus der Unternehmenspraxis angewendet, ggf. im Detail weiterentwickelt und kritisch verglichen.</p> <p>C) Current Issues in Financial Markets</p> <p>Es werden aktuelle Entwicklungen und/oder spezielle Themen aus der BWL-Spezialisierung „Financial Economics and Risk Management“ behandelt. Diese können sowohl aus der gegenwärtigen wissenschaftlichen Diskussion als auch aus aktuellen Entwicklungen an Kapitalmärkten oder bei einzelnen Finanzdienstleistungsunternehmen stammen.</p> <p>c) Current Issues in Financial Markets: Problems and Applications</p> <p>Die in der Veranstaltung C) behandelten Themen werden durch eine eingehende Analyse aktueller Daten, der wissenschaftlichen und/oder der aktuellen Literatur weiter vertieft.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung A), B): Vorlesung, ggf. mit Lektüreelementen, Fallstudien, Übungen sowie Gastvorträgen</p> <p>Lehrveranstaltung a), b): Übung mit Aufgaben und/oder Fallstudien, Übung mit Hausarbeit und/oder Referate, ggf. ergänzt um Gruppenarbeiten</p> <p>Lehrveranstaltung C): Vorlesung mit Lektüre, Fallstudien und/oder Übungselementen sowie Gastvorträgen</p> <p>Lehrveranstaltung c): Übung mit Aufgaben, Fallstudien, Hausarbeit und/oder Referate, ggf. ergänzt um Gruppenarbeiten</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (120 Min.) <i>oder</i> Hausarbeit mit Präsentationen Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit Prüfungsvorleistung: Ggf. erfolgreiche Teilnahme an der Lehrveranstaltung a), b) oder c)</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie, Volkswirtschaftslehre, Medienwissenschaft, Politikwissenschaft und Psychologie</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>10/120</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Univ.-Prof. Dr. Axel Adam-Müller /Univ.-Prof. Dr. Axel Adam-Müller und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren , Lehrbeauftragte und Gastreferenten</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Die Teilnahme am Modul „Kapitalmarkttheorie“ wird nachdrücklich empfohlen.</p>

BWL-Spezialisierung: „Finanzdienstleistungen und Finanzinstrumente“

Professur: Rieger

Kurzcharakterisierung und Einordnung:

Die BWL-Spezialisierung „Finanzdienstleistungen und Finanzinstrumente“ ist eine der beiden Spezialisierungsmöglichkeiten im Bereich Finance. Im Modul „Financial Markets“ wird eines von vier Paaren von Veranstaltungen zu den Themen „Finanzintermediation“, „Fixed Income“, „Derivate“ und „Aktuelle Finanzmarktfragen“ angeboten. Im zweiten Modul „Investments“ wird eines von fünf Paaren von Veranstaltungen zu den Themen „Asset Management“, „Ökonometrische Analysen für Finanzdienstleister“, „Advanced Corporate Finance“, „Behavioral Finance und Kapitalanlagen“ und „Current Issues in Investments“ angeboten. Durch eine intensive Beschäftigung mit praktischen Anwendungsbeispielen und -fällen sowie die Einbeziehung empirischer und/oder experimenteller Befunde aus der wissenschaftlichen Literatur wird sichergestellt, dass der Zusammenhang zwischen den theoretischen Konzepten und experimentellen Ergebnissen einerseits und realen Problemen im Bereich der Finanzdienstleistungen andererseits deutlich erkennbar bleibt.

Modulname: Financial Markets					
BWL-Spezialisierung: Finanzdienstleistungen und Finanzinstrumente (A)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	1. Sem.	jedes Wintersem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen (eins aus vier)	Kontaktzeit		Selbststudium	geplante Gruppengröße
	1) Finanzintermediation				
	a) Finanzintermediation	2 SWS / 30 h		120 h	150 Studierende
	b) Anwendungen und aktuelle Probleme	4 SWS / 60 h		90 h	150 Studierende
	2) Fixed Income	2 SWS / 30 h		120 h	150 Studierende
	a) Markets and Products	4 SWS / 60 h		90 h	150 Studierende
	b) Applications				
	3) Derivate				
	a) Derivate	2 SWS / 30 h		120 h	150 Studierende
	b) Beispiele und Anwendungen	4 SWS / 60 h		90 h	150 Studierende
	4) Aktuelle Finanzmarktfragen				
	a) Aktuelle Finanzmarktfragen	2 SWS / 30 h		120 h	150 Studierende
	b) Analyse aktueller Finanzmarktfragen	4 SWS / 60 h		90 h	150 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	Die Studierenden sollen nach Besuch des Moduls die Rolle von Finanzdienstleistern auf Kapitalmärkten sowie wichtige Finanzprodukte und ihre Anwendungsmöglichkeiten kennen. Dabei sollen sie auch aktuelle Entwicklungen kennen, erläutern und kritisch reflektieren können. Dies schließt die Beherrschung formaler Modelle und weiterer Methoden ebenso ein wie die Kenntnis zentraler institutioneller und regulatorischer Details. Ein zweiter Schwerpunkt besteht darin, die behandelten Analyseinstrumente anwenden zu können.				
3	Inhalte				
	Aus den angebotenen Schwerpunkten ist einer zu wählen. Dieser besteht jeweils aus den Teilen a) und b). Es wird mindestens eines der folgenden Paaren von Veranstaltungen angeboten:				
	1) Finanzintermediation				
	1a) Finanzintermediation				
	Die Aufgaben von Finanzdienstleistern (Banken, Versicherungen u.a.) werden eingeführt. Dabei werden auch ihre wichtigsten Produkte sowie Grundzüge der Regulierung vorgestellt. Wichtige empirische Befunde zur Interaktion von Finanzintermediären mit anderen Kapitalmarktteilnehmern werden vorgestellt.				
	1b) Finanzintermediation: Anwendungen und aktuelle Probleme				

	<p>Die in der Veranstaltung 1a) vorgestellten Inhalte und Konzepte werden mit Hilfe praktischer Beispiele, aktueller Anwendungen aus der Praxis von Banken, Versicherungen und anderen Finanzdienstleistungsunternehmen und/oder Fallstudien im Detail weiterentwickelt und kritisch verglichen.</p> <p>2) Fixed Income 2a) Fixed Income: Markets and Products Nach einer Beschreibung der wichtigsten Charakteristika von Anleihen, Krediten und ähnlichen Instrumenten verschiedener Emittenten werden die Märkte dargestellt, auf denen diese Instrumente gehandelt werden. Ein Schwerpunkt der Veranstaltung liegt auf der Bewertung von Zinsinstrumenten mit und ohne Kreditrisiko, wie sie bei Finanzdienstleistungen (Kreditvergabe, festverzinsliche Anlagen) eine zentrale Rolle spielen. Ferner wird auf strukturierte Produkte, Verbriefung und verschiedene Optionen eingegangen, die Zinsprodukte beinhalten können.</p> <p>2b) Fixed Income: Applications Die in der Veranstaltung 2a) vorgestellten Inhalte und Konzepte zur Bewertung und Analyse von zinstragenden Finanzierungstiteln werden mit Hilfe von Übungsbeispielen, Fallstudien und/oder aktuellen Entwicklungen angewendet, ggf. im Detail weiterentwickelt und kritisch verglichen.</p> <p>3) Derivate 3a) Derivate Die Rolle von Finanzderivaten für Finanzdienstleistungen und insbesondere die Absicherung von Finanztransaktionen sowie die Kapitalanlage werden untersucht. Eigenschaften, Einsatzmöglichkeiten und Bewertung einfacher bedingter und unbedingter Termingeschäfte (z.B. Optionen) sowie exotischer Instrumente (z.B. strukturierte Produkte) werden vorgestellt. Die wichtigsten Märkte für derivative Finanzinstrumente und ihre Funktionsweisen werden skizziert.</p> <p>3b) Derivate: Beispiele und Anwendungen Die in der Veranstaltung 3a) behandelten Bewertungsmodelle und Einsatzmöglichkeiten für Derivate werden anhand aktueller Beispiele, Erweiterungsmöglichkeiten und/oder Fälle aus der Unternehmenspraxis analysiert und kritisch verglichen.</p> <p>4) Aktuelle Finanzmarktfragen 4a) Aktuelle Finanzmarktfragen Es werden aktuelle Entwicklungen und/oder spezielle Themen aus der BWL-Spezialisierung „Finanzdienstleistungen und Finanzinstrumente“ behandelt. Diese können sowohl aus der gegenwärtigen wissenschaftlichen Diskussion als auch aus aktuellen Entwicklungen an Kapitalmärkten oder bei einzelnen Finanzdienstleistungsunternehmen stammen.</p> <p>4b) Analyse aktueller Finanzmarktfragen Die in der Veranstaltung 4a) behandelten Themen werden durch eine eingehende Analyse aktueller Daten, der wissenschaftlichen und/oder der tagesaktuellen Literatur weiter vertieft.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung a) Vorlesung, ggf. mit Lektüreelementen, kurzen Fallstudien, Übungen sowie Gastvorträgen Lehrveranstaltung b): Übung mit Aufgaben, Übung mit Hausarbeit oder Referate, ggf. ergänzt um Gruppenarbeiten</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine Inhaltlich: keine</p>

6	Prüfungsformen Klausur (120 Min.) <i>oder</i> Hausarbeit, ggf. mit Präsentationen Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit Prüfungsvorleistung: Ggf. erfolgreiche Teilnahme an der Lehrveranstaltung 1b), 2b), 3b), 4b)
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie, Volkswirtschaftslehre, Medienwissenschaft, Politikwissenschaft und Psychologie.
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Mark Oliver Rieger/ Prof. Dr. Mark Oliver Rieger und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren, Lehrbeauftragte und Gastreferenten
11	Sonstige Informationen

Modulname: Investments					
BWL-Spezialisierung: Finanzdienstleistungen und Finanzinstrumente (B)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	1. Sem.	jedes Sommersem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen (eins aus vier)	Kontaktzeit		Selbststudium	geplante Gruppengröße
	1) Asset Management				
	a) Portfolio Theory and Asset Management	2 SWS / 30 h		120 h	150 Studierende
	b) Applications	4 SWS / 60 h		90 h	150 Studierende
	2) Ökonometrische Analysen für Finanzdienstleister				
	a) Ökonometrische Analysen für Finanzdienstleister	2 SWS / 30 h		120 h	150 Studierende
	b) Praxis der Datenanalyse	4 SWS / 60 h		90 h	150 Studierende
	3) Advanced Corporate Finance				
	a) Advanced Corporate Finance	2 SWS / 30 h		120 h	150 Studierende
	b) Advanced Corporate Finance	4 SWS / 60 h		90 h	150 Studierende
	4) Behavioral Finance und Kapitalanlagen				
	a) Behavioral Finance und Kapitalanlagen	2 SWS / 30 h		120 h	150 Studierende
	b) Anwendungen	4 SWS / 60 h		90 h	150 Studierende
	5) Current Issues in Investments				
	a) Current Issues in Investments	2 SWS / 30 h		120 h	150 Studierende
	b) Problems and Applications	4 SWS / 60 h		90 h	150 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	Nach dem Besuch dieses Moduls sollen die Studierenden über vertiefte Kenntnisse in mindestens einem Gebiet der Finanzdienstleistungen verfügen. Dabei kann es sich um Kenntnisse in modernen Portfoliomanagement, spezifisch auf die Aufgaben im Finanzdienstleistungsbereich zugeschnittene Kompetenzen im Bereich der Finanzökonomie, Anwendungen im Bereich der Unternehmensfinanzierung, praxisrelevante Kenntnisse über Modelle zur Kundenstruktur				

	<p>von Finanzdienstleistern oder einem anderen aktuell wichtigen Thema handeln. Die Fähigkeit zur Anwendung dieser Kenntnisse auf konkrete Probleme der Praxis von Unternehmen, Finanzdienstleistern und einzelnen Investoren ist das zweite zentrale Lernziel. Schließlich sollen Studierende mit der entsprechenden englischen Fachterminologie vertraut sein.</p>
<p>3</p>	<p>Inhalte</p> <p>Aus den angebotenen Schwerpunkten ist einer zu wählen. Dieser besteht jeweils aus den Teilen a) und b). Es wird mindestens eines der folgenden Paaren von Veranstaltungen angeboten:</p> <p>1) Asset Management</p> <p>1a) Asset Management</p> <p>Die klassische Portfoliotheorie stellt einen Ausgangspunkt für Finanzdienstleister dar, bei denen Kunden Kapital anlegen. Ausgehend von dieser klassischen Theorie werden verschiedene alternative Ansätze zur optimalen Kombination risikobehafteter Anlagen vorgestellt. Ferner werden Theorie und Praxis des Asset Management behandelt. Dabei werden auch Konzepte zur Messung des risikoadjustierten Anlageerfolgs vorgestellt.</p> <p>1b) Asset Management: Applications</p> <p>Die in der Veranstaltung 1a) vorgestellten Inhalte und Konzepte werden mit Hilfe praktischer Beispiele, aktueller Anwendungen aus der Unternehmenspraxis und/oder Fallstudien im Detail weiterentwickelt und kritisch verglichen.</p> <p>2) Ökonometrische Analysen für Finanzdienstleister</p> <p>2a) Ökonometrische Analysen für Finanzdienstleister</p> <p>Ökonometrische Analysen spielen eine zentrale Rolle für Finanzdienstleister, zum Beispiel im Risikomanagement, in der Aktien- und Marktanalyse oder bei Hedge Funds. Für solche Analysen wird das nötige Rüstzeug entwickelt. Dabei werden beispielsweise wichtige Quellen für Finanzmarktdaten vorgestellt, stilisierte Fakten von Finanzmarktzeitreihen (Schiefe, Extremwerte) betrachtet, sowie die wichtigsten Methoden der Datenanalyse ausführlich vorgestellt: Zeitreihenanalyse, Querschnittanalyse, Untersuchung von Paneldatensätzen, Ereignisstudien.</p> <p>2b) Ökonometrische Analysen für Finanzdienstleister: Praxis der Datenanalyse</p> <p>Die in der Veranstaltung 2a) vorgestellten Inhalte und Konzepte werden mit Hilfe von Daten aus Fallstudien und/oder zu aktuellen Entwicklungen angewendet, im Detail weiterentwickelt und kritisch verglichen.</p> <p>3) Advanced Corporate Finance</p> <p>3a) Advanced Corporate Finance</p> <p>Vor dem Hintergrund asymmetrischer Informationsverteilung werden Einsatz und Bewertung klassischer und komplexer Instrumente der Unternehmensfinanzierung behandelt. Ferner werden besondere Finanzierungsanlässe und -formen wie Gründung, Venture Capital, IPO, Kapitalerhöhung, Fusion usw. und deren Abhängigkeit von den Eigenschaften der realwirtschaftlichen Aktivitäten von Unternehmen analysiert.</p> <p>3b) Advanced Corporate Finance</p> <p>Die in der Veranstaltung 3a) vorgestellten Inhalte und Konzepte werden mit Hilfe praktischer Beispiele und/oder Fallstudien in Anwendungen eingesetzt, ggf. weiterentwickelt und kritisch verglichen.</p> <p>4) Behavioral Finance und Kapitalanlagen</p> <p>4a) Behavioral Finance und Kapitalanlagen</p> <p>Akteure auf Finanzmärkten verhalten sich nicht immer rational. In dieser Veranstaltung werden Erkenntnisse aus der Behavioral Finance speziell im Hinblick auf Anwendungen im Bereich der Kapitalanlagen untersucht. Dabei stehen einerseits systematische Fehler von Investoren auf Finanzmärkten im Vordergrund, und wie diesen auf Seiten von Finanzdienstleistern und Regulatoren begegnet werden sollte. Andererseits wird gezeigt wie diese Theorien im Investmentbanking zum Teil profitabel genutzt werden können, aber auch Risiken erzeugen.</p> <p>4b) Behavioral Finance und Kapitalanlagen: Anwendungen</p>

	<p>Die in der Veranstaltung 4a) vorgestellten Inhalte und Konzepte werden mit Hilfe praktischer Beispiele und/oder Fallstudien in Anwendungen eingesetzt, ggf. Weiterentwickelt und kritisch verglichen.</p> <p>5) Current Issues in Investments</p> <p>5a) Current Issues in Financial Markets</p> <p>Es werden aktuelle Entwicklungen und/oder spezielle Themen aus der BWL-Spezialisierung „Finanzdienstleistungen und Finanzinstrumente“ behandelt. Diese können sowohl aus der gegenwärtigen wissenschaftlichen Diskussion als auch aus aktuellen Entwicklungen an Kapitalmärkten oder bei einzelnen Finanzdienstleistungsunternehmen stammen.</p> <p>5b) Current Issues in Investment: Problems and Applications</p> <p>Die in der Veranstaltung 5a) behandelten Themen werden durch eine eingehende Analyse aktueller Daten, der wissenschaftlichen und/oder der tagesaktuellen Literatur weiter vertieft.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung 1a), 2a), 3a), 4a): Vorlesung, ggf. mit Lektüreelementen, Fallstudien, Übungen sowie Gastvorträgen</p> <p>Lehrveranstaltung 1b), 2b), 3b), 4b): Übung mit Aufgaben und/oder Fallstudien, Übung mit Hausarbeit oder Referate, ggf. ergänzt um Gruppenarbeiten.</p> <p>Lehrveranstaltungen 5a) Vorlesung mit Lektüren, Fallstudien und/oder Übungselementen sowie Gastvorträgen</p> <p>Lehrveranstaltungen 5b) Übung mit Hausarbeit oder Referate, ggf. ergänzt um Gruppenarbeiten</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (120 Min.) <i>oder</i> Hausarbeit mit Präsentationen</p> <p>Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit</p> <p>Prüfungsvorleistung: Ggf. erfolgreiche Teilnahme an der Lehrveranstaltung 1b), 2b), 3b) oder 4b)</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie, Volkswirtschaftslehre, Medienwissenschaft, Politikwissenschaft und Psychologie.</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>10/120</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Mark Oliver Rieger/ Prof. Dr. Mark Oliver Rieger und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren, Lehrbeauftragte und Gastreferenten</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p>

BWL-Spezialisierung: „Handel und Internationales Marketing-Management“

Professur: Swoboda

Kurzcharakterisierung und Einordnung:

Die BWL-Spezialisierung „*Handel und Internationales Marketing-Management*“ ist eine der beiden Spezialisierungsmöglichkeiten im Bereich Marketing. Im Vordergrund dieser Spezialisierung stehen einerseits „retailing and distribution services“ und andererseits strategische Entscheidungen international tätiger Unternehmen, mit besonderem Fokus auf B2C-Märkte. Erstens werden Wettbewerbsstrategien, Marketingaktivitäten und Wertschöpfungsprozesse im Konsumgüterbereich behandelt, speziell von Handelsunternehmen und von Konsumgüterherstellern sowie Servicedienstleistern, inklusive deren Interdependenzen in Wert- bzw. Distributionsketten. Zweitens werden Entscheidungen bei der Bearbeitung internationaler Absatzmärkte sowie bei der Koordination internationaler Wertschöpfungsaktivitäten thematisiert. Die beiden Module „Retail Management and B2C-Marketing“ sowie „International Strategies and Retail Marketing“ umfassen inhaltlich unterschiedliche praktische, theoretische und methodische Zugänge (z.B. managementorientiert, verhaltenswissenschaftlich, ökonomisch) sowie i.d.R. quantitative Forschungsmethoden, gemäß dem aktuellen internationalen Praxis- und Forschungsstatus.

Modulname: Retail Management and B2C-Marketing					
BWL-Spezialisierung: Handel und Internationales Marketing-Management (A)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	1. Semester	jedes Wintersem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen (zwei sind zu wählen)	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	a) Handelsmanagement oder	2 SWS / 30 h	120 h	150 Studierende	
	b) Empirisches Marketing-Management oder	4 SWS / 60 h	90 h	50 Studierende	
	c) Entwicklungen im Business-to-Consumer-Marketing	2 SWS / 30 h	120 h	150 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Studierende sollen nach Abschluss des Moduls „Retail Management and B2C-Marketing“ die strategischen Kernentscheidungen des Handels und ausgewählte empirische Ansätze zum B2C-Marketing kennen. Sie sollen die Unternehmenspraxis und transferorientierte Forschung kritisch bewerten können. Der Fokus des Moduls liegt auf einer spezifischen Dienstleistungsbranche, dem Handel, und zugleich den zum Teil interdependenten Aktivitäten von Konsumgüterunternehmen. Studierende sollen die jeweiligen Inhalte praktisch und theoretisch reflektieren und zugleich auf Basis internationaler Forschungserkenntnisse selbst in empirische Studien überführen können (z.B. Logik der Modellierung, Messung). Sie sollen damit den wissenschaftlichen Status-Quo in den jeweiligen Forschungsfeldern kennen lernen, auch anhand internationaler Beiträge aus führenden Zeitschriften. Das Modul besteht je nach Angebot in jedem Jahr aus zwei der drei Veranstaltungen und bereitet die Studierenden auf die folgenden Gruppenarbeiten vor, welche von der Professur stets zu Themen aus Handel, B2B-Marketing und Internationalisierung angeboten wird.</p>				
3	Inhalte				
	<p>a) Handelsmanagement Diese Veranstaltung greift das strategische Management in einem Dienstleistungssektor auf, den „Retailing Services“. Sie soll die Besonderheiten der strategischen Dienstleistungserstellung und -vermarktung sowie der Führung im Handel vermitteln und betrachtet daher (institutionell) die Einzelhandels- und ergänzend Großhandels- sowie Außenhandelsunternehmen sowie (funktional) die Handels- und Distributionsfunktion in Unternehmen. In der Praxis werden die Strategien und das Management von Handelsunternehmen auf Grund der fortschreitenden vertikalen, horizontalen und internationalen Verflechtung der Handelstätigkeit zunehmend komplexer. Diese Veranstaltung befähigt die Studierenden zu einer kritischen und praxisorientierten, durch vielfache Beispiele und ausgewählte Fallstudien untermauerten Auseinandersetzung mit derartigen komplexen und strategischen Fragestellungen. Darüber hinaus werden ausgewählte international relevante Konzepte, Modelle und Studien zum Handelsmanagement diskutiert.</p> <p>b) Empirisches Marketing-Management In dieser Veranstaltung werden zunächst einige Studien z.B. zum (internationalen) Marketing und -management, so zur Distribution von Dienstleistungsunternehmen oder zum Markenmanagement der Konsumgüterindustrie behandelt. Auf dieser Basis erfolgt die Diskussion und Vermittlung des Aufbaus und der Modellierung, der Messung latenter Konstrukte und der Datenauswertung. Das Verstehen, die Präsentationen und Diskussionen von Studien, basierend auf einem konsequenten Selbststudium der internationalen Literatur – parallel zu den Veran-</p>				

	<p>staltungsterminen –, prägen diese Veranstaltung. Die Konstruktionsprinzipien von theoriebasierten Modellen sowie die Vorgehensweise bei der empirischen Modellprüfung sollten am Ende weitgehend bekannt sein. Es dominiert die Methodik, was als Vorbereitung für das Forschungsprojekt oder eine Masterarbeit angedacht ist.</p> <p>c) Entwicklungen im Business-to-Consumer-Marketing Diese Veranstaltung adressiert ausgewählte Themen, bspw. bezüglich der marktorientierten Unternehmensführung in Servicebranchen, so im Handelsmarketing, der Internationalisierung in produzierenden Unternehmen oder allgemeiner in Marketing und Distribution. Die Diskussion aktueller Herausforderungen in der Unternehmenspraxis ist das konstitutive Merkmal der Veranstaltung, welche auch von Lehrbeauftragten angeboten werden kann.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung a): Vorlesung mit Lektürekurs und gecoachtem Selbststudium, mit Fallstudien und Gastvorträgen</p> <p>Lehrveranstaltung b): Vorlesung, Seminar oder Übung mit Hausarbeit, Analyse, Referate und ggf. Gruppenarbeiten über Forschungsstudien (Präsenzpflicht)</p> <p>Lehrveranstaltung c): Vorlesung, Seminar oder Übung mit Lektürekurs und gecoachtem Selbststudium, ggf. mit Referaten, Fallstudien sowie Gastvorträgen (Präsenzpflicht)</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (max. 120 Min.) <i>oder</i> Hausarbeit und Präsentationen</p> <p>Die Prüfungsformen werden zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit</p> <p>Prüfungsvorleistung: Erfolgreiche Teilnahme (Tests bzw. Vorträge) an Lehrveranstaltung b) und ggf. c) (je nach Angebot im jeweiligen Jahr)</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie und Volkswirtschaftslehre, Psychologie.</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>10/120</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Univ.-Prof. Dr. Prof. h.c. Bernhard Swoboda /Univ.-Prof. Dr. Prof. h.c. Bernhard Swoboda und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren , Lehrbeauftragte und Gastreferenten</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Bei Veranstaltung a) sind intensive Selbststudiumssequenzen vorgesehen. Bei Veranstaltungen b) und ggf. c) besteht Anwesenheitspflicht und meistens die Notwendigkeit Texte in englischer Sprache zu analysieren und vorzutragen.</p>

Modulname: International Strategies and Retail Marketing					
BWL-Spezialisierung: Handel und Internationales Marketing-Management (B)					
Kennummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des An-gebots	Dauer
	300 h	10	2. Semester	jedes Sommersem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen (zwei sind relevant)	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Grup-pengröße	
	a) Handelsmarketing and Supply Chain Ma-nagement oder	4 SWS / 60 h	90 h	50 Studierende	
	b) International Strategic Marketing oder	2 SWS / 30 h	120 h	150 Studierende	
	c) International Manage-ment oder	2 SWS / 30 h	120 h	150 Studierende	
	d) Current Issues in Marketing and Distri-bution	2 SWS / 30 h	120 h	150 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls „International Strategies and Retail Mar- keting“ die Grundlagen des vertikalen Marketing (so der unternehmerischen Dienstleistungs- funktionen Beschaffung, Logistik sowie Ansätze der Hersteller-Handels-Kooperation) und Herausforderungen im Rahmen des Handelsmarketing oder im Rahmen des Internationalen Marketing oder Management oder aktuelle Themen zur Distribution kennen sowie in der Un- ternehmens- und Forschungspraxis anwenden können. Unternehmensspezifische Dienstleis- tungsfunktionen sowie eine Dienstleistungsbranche stehen i.d.R. im Vordergrund. Studierende sollen die jeweiligen Inhalte praktisch reflektieren und zugleich auf Basis aktueller internatio- naler Forschungserkenntnisse selbst grundlegende empirische Studien konzipieren lernen (Be- zugsrahmen, Messung und Auswertung). Das Modul besteht je nach Angebot in jedem Jahr aus zwei der vier Veranstaltungen.</p>				
3	Inhalte				
	<p>a) Handelsmarketing and Supply Chain Management In dieser Veranstaltung werden Kernentscheidungen im Handelsmarketing sowie im Supply Chain Management behandelt. Die Handelsmarketinginstrumente werden aus einer strategischen Unternehmens- und einer verhaltenswissenschaftlichen Kundenwirkungsperspektive vermittelt. Die Beziehungen in der Konsumgüterwirtschaft werden, ausgehend von einer institutionellen Sicht im Sinne der Verflechtung von Wertschöpfungsketten mit Blick auf die Konsumenten, den Wettbewerb und die jeweils vertikalen Partner (Hersteller bzw. Händler) behandelt. Aus unternehmerischer Sicht handelt es sich um Service-, Marketing-, Supply Chain-Aktivitäten (z.B. Beschaffung, Logistik, Warenwirtschaft). Die Veranstaltung befähigt die Studierenden zur lösungsorientierten Auseinandersetzung mit entsprechenden Fragestellungen, Konzepten und Methoden. Das Verstehen, die Präsentationen und Diskussionen von Studien in Kleingrup- pen, basierend auf einem Selbststudium der Literatur, sind ein Merkmale der Veranstaltung.</p> <p>b) International Strategic Marketing Diese Veranstaltung trägt der absatzseitigen unternehmerischen Internationalität Rechnung, die sich – über die produzierenden Unternehmen – zunehmend auch auf Dienstleistungsunterneh- men erstreckt. Behandelt werden ausgewählte Herausforderungen und Ansätze, die einen Er- klärungsbeitrag zur Internationalisierung leisten. Studierende sollen befähigt werden, die wett-</p>				

	<p>bewerbsorientierte Kernentscheidungen internationaler Industrie- und Dienstleistungsunternehmen kritisch zu reflektieren, so zur Marktauswahl, Markteintrittsstrategie, Marktbearbeitung sowie Interdependenzen zwischen diesen Basisentscheidungen.</p> <p>c) International Management Die Veranstaltung vermittelt theoretische, praktische und empirische Kompetenzen zu Fragestellungen des Internationalen Managements. Neben den Herausforderungen, die für Unternehmen in der zunehmend international werdenden Wirtschaft bestehen, werden Strategien zum Eintritt und zur Erschließung internationaler Märkte erarbeitet. Hierbei werden Internationalisierungsbestrebungen von Dienstleistungs- und mittelständischen Unternehmen beachtet. Die formellen und informellen institutionellen Rahmenbedingungen von Auslandsmärkten und deren Auswirkungen auf die Unternehmensorganisation sowie die strategische Positionierung des Unternehmens im internationalen Umfeld sind weitere wesentliche Schwerpunkte des Kurses. Erfolgs- und Wachstumsfaktoren zum nachhaltigen Fortbestehen von Unternehmen in internationalen Märkten werden theoretisch abgeleitet, diskutiert und empirisch fundiert.</p> <p>d) Current Issues in Marketing and Distribution Diese Veranstaltung adressiert aktuelle Themen, bspw. bezüglich der marktorientierten Unternehmensführung in Servicebranchen, der Distribution oder der Internationalisierung in produzierenden Unternehmen oder des Marketing im Allgemein. Die Diskussion aktueller Herausforderungen in der Unternehmenspraxis ist das konstitutive Merkmal der Veranstaltung, welche auch von Lehrbeauftragten angeboten werden kann.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung a): Vorlesung, Seminar oder Übung mit Hausarbeit, Analyse, Referate und ggf. Gruppenarbeiten über Forschungsstudien (Präsenzpflicht) Lehrveranstaltung b bis d): Vorlesung, Seminar oder Übung mit Lektürekurs und gecoachtem Selbststudium, Seminar mit Fallstudien sowie Gastvorträgen (Präsenzpflicht)</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (max. 120 Min.) <i>oder</i> Hausarbeit mit Präsentationen Die Prüfungsformen werden zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit Prüfungsvorleistung: Erfolgreiche Teilnahme an Lehrveranstaltung (Tests bzw. Vorträge) b) oder c) (je nach Angebot im jeweiligen Jahr)</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie und Volkswirtschaftslehre, Psychologie.</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>10/120</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Univ.-Prof. Dr. Prof. h.c. Bernhard Swoboda /Univ.-Prof. Dr. Prof. h.c. Bernhard Swoboda und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren , Lehrbeauftragte und Gastreferenten</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Bei Veranstaltungen b) und ggf. c) besteht Anwesenheitspflicht und meistens die Notwendigkeit Texte in englischer Sprache zu analysieren.</p>

BWL-Spezialisierung:

„HRM & Employment Relations in Service Industries“

Professuren: Haunschild und Sadowski

Kurzcharakterisierung und Einordnung:

Die BWL-Spezialisierung „*HRM & Employment Relations in Service Industries*“ ist die einzige Spezialisierungsmöglichkeit im Bereich Personal und Organisation. Im Vordergrund dieser Spezialisierung steht das Management humaner Ressourcen im organisationalen und gesellschaftlichen Kontext mit dem Schwerpunkt Dienstleistungsarbeit. Die betrachteten Methoden, Instrumente, Entscheidungsfelder und Strategien des Human Resource Management (HRM) werden insbesondere aus der Perspektive personalökonomischer und organisationstheoretischer Ansätze diskutiert. Darüber hinaus wird ausführlich auf den institutionellen und kulturellen Kontext von HRM eingegangen und dessen Relevanz für die Herausbildung nationaler HRM-Praktiken herausgestellt. Eine eingehende Beachtung erhalten hierbei die Konvergenz und Divergenz von HRM-Praktiken und Industriellen Beziehungen im europäischen Kontext. Schwerpunkt der anwendungsbezogenen und vergleichenden Analyse des HRM ist personenbezogene Dienstleistungsarbeit (Human Service). Diese beinhaltet zum Beispiel Beratungs-, Bildungs-, Vermittlungs- und Care-Dienstleistungen. Ein weiteres Anwendungsfeld stellt kreative Arbeit in den Creative & Cultural Industries dar.

Modulname: Management von Dienstleistungsarbeit (Managing Service Work)					
BWL-Spezialisierung: HRM & Employment Relation in Service Industries (A)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des An- gebots	Dauer
	300 h	10	1. Semester	jedes Wintersem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Grup- pengröße	
	a) Dienstleistungs- und Arbeitskontrakte (Human Service and Employment Contracts)	2 SWS / 30 h	120 h	150 Studierende	
	b) Arbeit und Organisation in der Wissensökonomie (Organizing Work in the Knowledge Economy)	4 SWS / 60 h	90 h	150 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	Die Studierenden sollen am Ende des Moduls einen Überblick über zentrale personalökonomische, kontrakttheoretische und organisationstheoretische Analysemethoden und Theorien erlangt haben und in der Lage sein, Gemeinsamkeiten und Unterschiede dieser Methoden und Ansätze herauszuarbeiten sowie ihre Stärken und Schwächen kritisch zu reflektieren. Zudem sollen sie in der Lage sein, vertiefte Methoden- und Theoriekenntnisse im Bereich Human Resource Management und Organisation auf praktische Problemfelder und Anwendungsfälle insbesondere personenbezogener und wissensintensiver Dienstleistungsarbeit zu übertragen und Ansätze eines Management von Dienstleistungsarbeit sowie beobachtbare Personal- und Organisationspraktiken im Dienstleistungssektor kritisch zu beurteilen.				
3	Inhalte				
	Das Modul vermittelt einen Überblick über neuere Entwicklungen der ökonomischen und sozialwissenschaftlichen Personal- und Organisationsforschung und bezieht die behandelten Forschungsperspektiven auf ausgewählte Problemfelder des Human Resource Management mit dem Schwerpunkt Dienstleistungsarbeit, insbesondere personenbezogene Dienstleistungen und Creative Industries.				
	Dienstleistungs- und Arbeitskontrakte (Human Service and Employment Contracts)				
	Die Veranstaltung analysiert Dienstleistungs- und Arbeitskontrakte aus ökonomischer Perspektive. Ausgangspunkt für diese Analyse stellt die Vermittlung vertiefter Kenntnisse der Personal- und Organisationsökonomie (z.B. Humankapitaltheorie, Matchingtheorie, Signaling-Theorie, Principal-Agent-Theorie, Property-Rights-Theorie) dar. Ausgewählte personalwirtschaftliche Entscheidungsfelder (z.B. Anreizgestaltung, Rekrutierung, Bildungsinvestitionen) werden mit dem Schwerpunkt personenbezogene Dienstleistungsarbeit, wie z.B. Beratungs-, Bildungs-, Vermittlungs- sowie Care- und Gesundheitsdienstleistungen, behandelt. Bestandteil dieser anwendungsbezogenen Betrachtung sind auch Personaldienstleistungen (Personalberatung, Zeitarbeit, Arbeitsvermittlung). Die zentralen Themen des Moduls werden anhand von konkreten Beispielen aus Wissenschaft und Praxis erläutert und				

	<p>mittels geeigneter Übungen und ggf. Fallstudien vertieft.</p> <p>Arbeit und Organisation in der Wissensökonomie (Organizing Work in the Knowledge Economy)</p> <p>In der Veranstaltung werden ausgewählte Praktiken des Human Resource Management (z.B. Personalbeurteilung, Vertragsgestaltung, Personal- und Organisationsentwicklung, Wissensmanagement, Talent Management) sowie die sich wandelnden Beziehungen zwischen Individuen und Organisationen (Organisationsgrenzen, projektbasierte Organisationsformen, Arbeits- und Beschäftigungsformen) in der wissensbezogenen Dienstleistungsarbeit (Beratung, IT Services, Creative Industries etc.) analysiert und reflektiert. Den Ausgangspunkt für diese Analyse liefert ein Überblick über aktuelle Entwicklungen der sozialwissenschaftlichen Arbeits- und Organisationsforschung (z.B. Soziologischer Institutionalismus, Mikropolitik, Organizational Sensemaking, Systemtheorie, soziologische Praxistheorien, Poststrukturalismus). Besonderer Wert wird hierbei auf den Vergleich der Theorien und die Diskussion der jeweiligen Stärken und Schwächen im Hinblick auf ihr Erklärungspotential für Arbeit, HRM und Organisation in der Wissensökonomie gelegt. Die Veranstaltung thematisiert außerdem den Einfluss (expliziter und impliziter) theoretischer Annahmen auf die Gestaltung von Methoden und Instrumenten des Management von wissensintensiver Dienstleistungsarbeit.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung a) Vorlesung mit Lektürekurs und ggf. Fallstudien, Übungen sowie Gastvorträgen Lehrveranstaltung b): „Übung/Seminar mit Aufgaben“ oder „Übung/Seminar mit Hausarbeit“, Referate und ggf. Gruppenarbeiten</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (120 Min.) <i>oder</i> Hausarbeit mit Präsentationen Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit Prüfungsvorleistung: Erfolgreiche Teilnahme an Lehrveranstaltung b)</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Pflichtmodul im Master Européen en Sciences du Travail (MEST) (siehe auch Anmerkungen unter Sonstige Informationen). Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie und Volkswirtschaftslehre, Psychologie.</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>10/120</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Univ.-Prof. Dr. Axel Haunschild/Univ.-Prof. Dr. Axel Haunschild und Mitarbeiter; Univ.-Prof. Dr. Dieter Sadowski /Univ.-Prof. Dr. Dieter Sadowski und Mitarbeiter ggf. Honorarprofessoren, Lehrbeauftragte und Gastreferenten</p>

11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Studierende, die am Master Européen en Sciences du Travail (MEST) teilnehmen, studieren innerhalb der Spezialisierung HRM und Organization Studies eines der beiden Module an einer der Partneruniversitäten des MEST-Netzwerks in europäischen Ausland.</p> <p>Die Veranstaltungen dieses Moduls werden in deutscher oder englischer Sprache gehalten.</p>
----	---

Modulname: International Human Resource Management and European Labour Studies					
BWL-Spezialisierung: HRM & Employment Relation in Service Industries (B)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	2. Semester	jedes Sommersem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	a) International Human Resource Management and Comparative Industrial Relations	2 SWS / 30 h	120 h	150 Studierende	
	b) European Labour Studies	4 SWS / 60 h	90 h	150 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Zentrales Lernziel ist es, dass die Studierenden am Ende des Moduls auf der Basis vertiefter Kenntnisse des institutionellen Kontextes ausgewählter Länder ein Grundverständnis für die institutionelle Einbettung und die daraus resultierenden nationalen Unterschiede des Human Resource Management und der Industriellen Beziehungen erlangen. Einen besonderen Schwerpunkt stellt hierbei der europäische Wirtschaftsraum dar. Studierende sollen in der Lage sein, die institutionellen Kontexte ausgewählter Länder sowie Entwicklungen auf europäischer Ebene zu erläutern und zu vergleichen, diese Kenntnisse auf praktische Anwendungsfälle des internationalen Human Resource Managements zu übertragen und Lösungsansätze kritisch zu beurteilen sowie aktuelle Konvergenz- und Divergenztendenzen von Human Resource Management-Praktiken und Industrial Relations-Systemen kritisch zu reflektieren.</p>				
3	Inhalte				
	<p>International Human Resource Management and Comparative Industrial Relations Die Veranstaltung erläutert die Relevanz des nationalen institutionellen Kontext (Business Systems, Arbeitsmarkt, Bildungssystem, Arbeits- und Sozialrecht, Industrielle Beziehungen) für das HRM und vergleicht systematisch die institutionellen Rahmenbedingungen des HRM in ausgewählten Ländern. Daneben wird diskutiert, inwiefern sich nationale HRM Praktiken und Institutionen durch Globalisierungstendenzen und dominante Akteure angleichen und inwiefern sich lokale bzw. nationale Lösungen behaupten. Ausgehend von dieser komparativen Betrachtung werden Ansatzpunkte und Kernprobleme eines Management multinationaler Unternehmen herausgearbeitet, wie z.B. das Management interkultureller Teams, Expatriation und der nationale bzw. kulturelle Grenzen überschreitende Transfer von HRM Praktiken. Die zentralen Themen des Moduls werden anhand von konkreten Beispielen aus Wissenschaft und Praxis mit dem Schwerpunkt Dienstleistungsunternehmen erläutert und mittels geeigneter Übungen und ggf. Fallstudien vertieft.</p>				
	<p>European Labour Studies In dieser interaktiven Veranstaltung werden aktuelle und/oder spezielle Themen des International Human Resource Management und der Comparative Industrial Relations mit dem Schwerpunkt Europa vertieft. Die Themenauswahl orientiert sich dabei an zentralen und aktuellen Problemstellungen aus der wissenschaftlichen Literatur, der Unternehmenspraxis und der europäischen Beschäftigungspolitik. Die Themen werden in unterschiedlichen Formen diskutiert (z. B. Übungen mit Aufgaben, Fallstudien, cursorischen Lektüren).</p>				

4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung a) Vorlesung mit Lektürekurs und ggf. Fallstudien, Übungen sowie Gastvorträgen Lehrveranstaltung b): „Übung/Seminar mit Aufgaben“ oder „Übung/Seminar mit Hausarbeit“, Referat und ggf. Gruppenarbeiten</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (120 Min.) <i>oder</i> Hausarbeit mit Präsentationen Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit Prüfungsvorleistung: Erfolgreiche Teilnahme an Lehrveranstaltung b)</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Pflichtmodul im Master Européen en Sciences du Travail (MEST) (siehe auch Anmerkungen unter Sonstige Informationen). Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie und Volkswirtschaftslehre, Psychologie.</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>10/120</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Univ.-Prof. Dr. Axel Haunschild/Univ.-Prof. Dr. Axel Haunschild und Mitarbeiter; Univ.-Prof. Dr. Dieter Sadowski /Univ.-Prof. Dr. Dieter Sadowski und Mitarbeiter ggf. Honorarprofessoren, Lehrbeauftragte und Gastreferenten</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Studierende, die am Master Européen en Sciences du Travail (MEST) teilnehmen, studieren innerhalb der Spezialisierung HRM und Organization Studies eines der beiden Module an einer der Partneruniversitäten des MEST-Netzwerks in europäischen Ausland. Die Veranstaltungen dieses Moduls werden in deutscher oder englischer Sprache gehalten.</p>

BWL-Spezialisierung: „Rechnungswesen & Prüfung“ (RuP)

Professur: Wolz

Kurzcharakterisierung und Einordnung:

Die BWL-Spezialisierung „Rechnungswesen & Prüfung“ (RuP) zählt zu einer der beiden Spezialisierungsmöglichkeiten im Bereich *Rechnungswesen/Steuern*.

Wirtschaftsprüfer erbringen eine besondere, vom Gesetzgeber für mittelgroße und große Kapitalgesellschaften vorgeschriebene Dienstleistung: die Prüfung des Jahresabschlusses gem. §§ 316 ff. HGB. Darüber hinaus sind sie befugt, als Dienstleister für Unternehmen zu fungieren, indem sie in wirtschaftlichen und/oder steuerlichen Fragestellungen beraten oder als Gutachter etwa bei Unternehmensbewertungen tätig werden. Ferner können sie treuhänderisch (z.B. als Nachlassverwalter oder Testamentsvollstrecker) aktiv werden und ihre Mandanten sogar in rechtlichen Dingen beraten sowie – auch vor Gericht – vertreten.

Dieses breite Tätigkeitsfeld als Prüfer und Berater der Wirtschaft verlangt eine breite Kenntnis und ein tiefes Verständnis der unternehmensinternen Abläufe und Strukturen, deren Steuerung sowie die Kommunikationsmechanismen der Unternehmen mit ihren Adressaten – der Rechnungslegung. Letztere ist dabei auch das Sollobjekt bei der Kernaufgabe der Wirtschaftsprüfer, der o.g. Durchführung betriebswirtschaftlicher Prüfungen. Dies bedeutet, die Veranstaltungen nehmen immer zwei Perspektiven ein: die des Wirtschaftsprüfers als Dienstleister, der ein bestimmtes Objekt (z.B. den Jahresabschluss eines Unternehmens) beurteilt sowie die eines Dienstleisters, der das jeweilige Objekt erstellt.

Der Lehrstuhl WP.C hat sich dem Ziel verschrieben, die Studierenden auf das Berufsbild des Wirtschaftsprüfers, des Steuer- oder Unternehmensberaters bestmöglich vorzubereiten und mit den besonderen Anforderungen, die mit dieser Dienstleistung einhergehen, vertraut zu machen. Daher gliedert sich das Veranstaltungsangebot des Lehrstuhls WP.C im Rahmen des M.sc. Betriebswirtschaftslehre (Dienstleistungsmanagement) in der Spezialisierung Rechnungswesen & Prüfung in zwei Module: Rechnungswesen und Wirtschaftsprüfung.

Modulname: Rechnungswesen					
BWL-Spezialisierung: Rechnungswesen & Prüfung (RuP)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	1. Semester	jedes Wintersem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	a) RW I : Rechnungslegung nach HGB & IFRS	2 SWS / 30 h	70 h	150 Studenten	
	b) RW II: Planungs- und Kontrollinstrumente	2 SWS / 30 h	70 h	150 Studenten	
	c) RW III: Fallstudien zur Rechnungslegung	2 SWS / 30 h	70 h	150 Studenten	
	d) RW IV: Aktuelle Probleme der Rechnungslegung	2 SWS / 30 h	70 h	30 Studenten	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen				
	<p>Im Rahmen des Accounting-Moduls werden die Grundlagen der „Sprache eines Unternehmens“, mit der die betrieb(swirtschaft)liche Realität an die Unternehmensumwelt kommuniziert wird, vermittelt. Ziel ist es dabei, den Studierenden zum Einen die Perspektive des Bilanzerstellers nahezubringen (Bilanzpolitik), zum Anderen aber auch den kritischen Umgang mit Planungs- und Kontrollinstrumenten im Rahmen der Unternehmenssteuerung zu vermitteln. Dies ist notwendige Grundlage für eine spätere Tätigkeit in einem prüfenden oder beratenden Beruf und nimmt die Perspektiven eines Prüfers/Beraters als Dienstleister sowie des Prüfers/Beraters eines (Dienstleistungs-) Unternehmens ein.</p>				
3	Inhalte				
	a) RW I: Rechnungslegung nach HGB & IFRS				
	<p>Den Studierenden werden die Grundlagen der IFRS-Rechnungslegung im Rahmen des Einzelabschlusses vermittelt. Erläuterung finden dabei insb. das IFRS-Rahmenkonzept, die Bestandteile eines IFRS-Konzernabschlusses sowie die Regeln der Bilanzierung und Bewertung ausgesuchter Abschlusspositionen. Die jeweiligen Zielsetzungen und Bilanzierungspraktiken der Rechenwerke nach IFRS und HGB werden miteinander verglichen, vor dem Hintergrund unterschiedlicher bilanztheoretischer Ansätze analysiert und beurteilt sowie Besonderheiten der Umstellung von HGB auf IFRS erläutert. Eine Einführung in die Jahresabschlussanalyse und mithin die qualitative und quantitative Beurteilung von Jahresabschlüssen unter Beachtung verschiedener Adressatenkreise beschließen die Veranstaltung. Hiermit werden Kenntnisse vermittelt, die zur Grundausstattung des prüfenden (Rechnungslegung als Sollobjekt des Prüfungsprozesses) und beratenden (Herausarbeiten von Gestaltungsmöglichkeiten der Abbildung betrieblicher Prozesse) Berufsstandes zählen; Besonderheiten von Dienstleistungsunternehmen (z.B. Banken, Versicherungen) werden herausgearbeitet und diskutiert.</p>				
	b) RW II: Planungs- und Kontrollinstrumente				
	<p>Die Hauptmerkmale eines Controlling-Systems können als Planung, Steuerung und Kontrolle verstanden werden. Als weitere Aufgabe des Controlling kann die Beschaffung und Interpretation von Informationen verstanden werden. Das Controlling soll allen am Zielprozess beteiligten Instanzen Instrumente und Informationen zur Verfügung stellen, damit diese ihre Rolle im</p>				

	<p>Zielerreichungsprozess wahrnehmen können. Das Controlling kann also als eine bereichsübergreifende Funktion im Unternehmen verstanden werden, die die Steuerung des Unternehmens unterstützt. Es besteht eine grundsätzliche Unterscheidung von Controlling in operatives Controlling und strategisches Controlling. Das operative Controlling konzentriert sich auf quantifizierte Größen als Grundlage für den Steuerungsprozess, während das strategische Controlling die qualitativen Faktoren in den Planungsprozess mit einbezieht. Im Rahmen dieser Veranstaltung sollen die Studierenden mit den grundlegenden Planungs- und Kontrollinstrumenten vertraut gemacht werden, um diese kritisch hinterfragen und zielgerichtet einsetzen zu können. Auch hier nehmen die besonderen Erfordernisse von Dienstleistungsunternehmen herausgearbeitet und diskutiert.</p> <p>c) RW III: Fallstudien zur Rechnungslegung</p> <p>Die Veranstaltung untersucht die Problemstellungen, die sich bei der handelsrechtlichen und internationalen Rechnungslegung nach IFRS in unterschiedlichen Branchen, etwa dem Finanzdienstleistungssektor, oder der Steuerung auch und insbesondere von Dienstleistungsunternehmen ergeben.</p> <p>d) RW IV: Aktuelle Probleme der Rechnungslegung</p> <p>Inhalte der Veranstaltung sind die Analyse und die kritische Diskussion ausgewählter Fragestellungen des internen und externen Rechnungswesens, die in der aktuellen wissenschaftlichen Auseinandersetzung und/oder in der berufsständischen Praxis einen herausragenden Stellenwert haben.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>a), b), c) Vorlesungen, Lektürekurs, Fallstudien (-seminar), Übungen, Gastvorträge d) Seminar</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Bei Wahl einer der Veranstaltungen b) und c) Klausur (120 Min.) über a) – c). Bei Wahl von d) erfolgreiches Bestehen einer Hausarbeit und/oder Präsentation, im Anschluss Klausur über a) und die gewählte Veranstaltung b) oder c).</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestehen der Modulklausur Prüfungsvorleistung: Bei Wahl von d) Bestehen einer Hausarbeit und/oder Präsentation.</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie, Volkswirtschaftslehre, Medienwissenschaft, Politikwissenschaft und Psychologie.</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>10/120</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Matthias Wolz und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren, Lehrbeauftragte und Gastreferenten</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Zu belegen sind die Pflichtveranstaltung a) sowie zwei der Wahlpflichtveranstaltungen b) – d). Die Pflichtveranstaltung wird jedes Wintersemester, aus den Wahlpflichtveranstaltungen werden mindestens zwei pro Wintersemester angeboten.</p>

Modulname: Wirtschaftsprüfung					
BWL-Spezialisierung: Rechnungswesen & Prüfung (RuP)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	2. Semester	jedes Sommersem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	a) WP I: Prüfung der Rechnungslegung	2 SWS / 30 h	70 h	150 Studenten	
	b) WP II: Unternehmensanalyse und -bewertung als Dienstleistung von WP	2 SWS / 30 h	70 h	150 Studenten	
	c) WP III: Fallstudien zur Wirtschaftsprüfung	2 SWS / 30 h	70 h	150 Studenten	
	d) WP IV: Aktuelle Probleme der Wirtschaftsprüfung	2 SWS / 30 h	70 h	30 Studenten	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen				
	<p>In diesem Modul werden die Studierenden mit der besonderen Perspektive von WP vertraut gemacht. Hier wird Wirtschaftsprüfung als Dienstleistung, aber auch die Prüfung von Dienstleistungsunternehmen (etwa Finanzdienstleistern), in ihrem regulatorischen Umfeld dargestellt und die methodischen Grundlagen entwickelt. Darüber hinaus werden wichtige Aspekte der prüferischen Tätigkeit vertieft.</p>				
3	Inhalte				
	<p>a) WP I: Prüfung der Rechnungslegung</p> <p>Hier wird das Berufsbild des WP in seinen regulatorischen Rahmen gestellt und die besonderen Anforderungen und Methoden entwickelt, die zur Ausübung der Prüfungstätigkeit notwendig sind. Hier werden sowohl die Perspektiven PRÜFEN ALS DIENSTLEISTUNG als auch PRÜFUNG VON DIENSTLEISTUNGSUNTERNEHMEN beleuchtet.</p>				
	<p>b) WP II: Unternehmensanalyse und -bewertung</p> <p>Die Durchführung von Unternehmensbewertungen gehört zu den klassischen Gutachtertätigkeiten, die bevorzugt von WP durchgeführt werden. Diese Tätigkeit ist dann allerdings durch den Prüfungsstandard IDW S 1 besonders reglementiert, da ein WP besonderen berufsrechtlichen Sorgfaltspflichten unterliegt. Im Rahmen dieser Veranstaltung werden daher die besonderen Anforderungen, die an die Dienstleistung Unternehmensbewertung durch WP gestellt werden, dargestellt und kritisch gewürdigt; dabei wird ein Augenmerk auf die besonderen Probleme der Bewertung von Dienstleistungsunternehmen gelegt.</p>				
	<p>c) WP III: Fallstudien zur Wirtschaftsprüfung</p> <p>Im Rahmen dieser Veranstaltungen werden praxisnahe Fragestellungen des wirtschaftlichen Prüfungswesens in Form von Fallstudien von und mit den Studierenden erarbeitet und die besonderen Probleme der Tätigkeit der WP vertieft.</p>				
	<p>d) WP IV: Aktuelle Probleme der Wirtschaftsprüfung</p> <p>In diesem Seminar werden aktuelle Fragestellungen thematisiert, die rings um Wirtschaftsprüfung als Dienstleistung, aber auch Prüfung von Dienstleistern angesiedelt sind.</p>				

4	Lehrformen a), b), c) Vorlesungen, Lektürekurs, Fallstudien (-seminar), Übungen, Gastvorträge d) Seminar
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Bei Wahl einer der Veranstaltungen b) und c) Klausur (120 Min.) über a) – c). Bei Wahl von d) erfolgreiches Bestehen einer Hausarbeit und/oder Präsentation, im Anschluss Klausur über a) und die gewählte Veranstaltung b) oder c).
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Modulklausur Prüfungsvorleistung: Bei Wahl von d) Bestehen einer Hausarbeit und/oder Präsentation.
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie, Volkswirtschaftslehre, Medienwissenschaft, Politikwissenschaft und Psychologie.
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Matthias Wolz und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren, Lehrbeauftragte und Gastreferenten
11	Sonstige Informationen Zu belegen sind die Pflichtveranstaltung a) sowie zwei der Wahlpflichtveranstaltungen b) – d). Die Pflichtveranstaltung wird jedes Wintersemester, aus den Wahlpflichtveranstaltungen werden mindestens zwei pro Sommersemester angeboten.

BWL-Spezialisierung: „Strategisches Dienstleistungsmanagement“

Professur: Schertler

Kurzcharakterisierung und Einordnung:

Die BWL-Spezialisierung „Strategisches Dienstleistungsmanagement“ gehört zum Kernbereich „Management, Kultur und Internationales“ (MKI) und eröffnet dem interessierten Studierenden im Master Studiengang der BWL die Möglichkeit, seine gewählten Spezialisierungsrichtungen der BWL mit den Inhalten und Methoden des Strategischen Management zu ergänzen.

Im Vordergrund der Spezialisierung „Strategisches Dienstleistungsmanagement“ steht die Vermittlung der theoretischen Inhalte und Methoden des Ansatzes der „Strategischen Unternehmensführung“ (strategic management). Die Reflexion strategisch-konzeptioneller Ansätze der BWL für Dienstleistungsunternehmen erfolgt in einer Konzentration auf ausgewählte Dienstleistungsbranchen, deren spezifische Merkmale, Erfolgsfaktoren und Wettbewerbsstrategien in Forschungs- und Praxisworkshops von den teilnehmenden Studierenden erarbeitet werden.

Dabei soll besonders auf die Herausforderungen an eine erfolgreiche strategische Entwicklung von Dienstleistungsunternehmen eingegangen werden, die nicht nur aufgrund veränderter Rahmenbedingungen und Dienstleistungsinnovationen, sondern auch in den neuen Anforderungen der Ressourcenausstattung von Dienstleistungsunternehmen etwa im Bereich des Umgangs mit Wissen (Wissensmanagement) oder der Nutzung virtueller Netzwerke entstehen.

Modulname: Strategisches Dienstleistungsmanagement I					
BWL-Spezialisierung: Strategisches Dienstleistungsmanagement (A)					
Kennummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des An-gebots	Dauer
	300 h	10	1. Semester	jedes Wintersem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppen-größe	
	a) Strategisches Dienstleistungsmanagement: Grundlagen und Methodik	2 SWS / 30 h	120 h	150 Studierende	
	b) Workshop zur Forschung zum Strategischen Dienstleistungsmanagement	4 SWS / 60 h	90 h	150 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Drei Ziele verfolgt dieses Modul: a) die Notwendigkeit einer strategischen Ausrichtung von Dienstleistungsunternehmen beschreiben, b) den dienstleistungsspezifischen Bedingungsrahmen für strategischen Erfolg verstehen und c) den Prozess der Strategieentwicklung in DLU (Service Excellence) gestalten zu können. Daher sollen die Studierenden am Ende des Moduls in der Lage sein, nicht nur fachlich-konzeptionelle Kompetenz zur Beschreibung von Managementprozessen der Strategieentwicklung zu erlangen, sondern durch konkrete Fallbehandlung und Reflexion auch Problemlösungskompetenz im Umgang mit konkreten Anwendungen des Strategischen Dienstleistungsmanagement in der Praxis von ausgewählten Dienstleistungsbranchen entwickeln zu können. Somit sind als vermittelte Schlüsselqualifikationen Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Persönlichkeitskompetenz sowie Sozialkompetenz zu identifizieren.</p>				
3	Inhalte				
	<p>Strategisches Dienstleistungsmanagement I - Grundlagen und Methodik: Strategisches Management in DLU unterscheidet sich signifikant vom Ansatz Strategischer Führung in Unternehmen, die Sachleistungen erbringen. Allein die Relativierung von Mengen- und damit Stückkostendegressionseffekten zeigt, dass Strategisches Dienstleistungsmanagement methodisch und konzeptionell anders behandelt werden muss. Dennoch, auch in der Sachgüter produzierenden Industrie werden Dienstleistungsstrategien gezielt eingesetzt, um sich vom Mitbewerber differenzieren zu können. Inhaltliche Schwerpunkte bilden a) Dienstleistungen als Vorteilsquelle und Differenzierungspotenzial, b) der Zusammenhang von Dienstleistungsstrategien und Profitabilität, c) Managementmethodik des Strategischen Dienstleistungsmanagements und d) Führungsschwerpunkte in Dienstleistungsunternehmen wie z.B. Knowledge Management, Projekt- sowie Change Management.</p> <p>Workshop zur Forschung zum Strategischen Dienstleistungsmanagement I: Inhaltlich bezieht sich diese Lehrveranstaltung auf ausgewählte Themen des Strategischen</p>				

	Dienstleistungsmanagement. Im Mittelpunkt steht das Recherchieren von Fallbeispielen zum Strategischen Dienstleistungsmanagement I sowie der Datenbeschaffung und -analyse über Dienstleistungsmärkte. So kann die Relevanz der vermittelten konzeptionellen Inhalte und der Methoden getestet und auch geübt werden.
4	Lehrformen Lehrveranstaltung a): Vorlesung mit Lektürenkurs und ggf. Fallstudien, Übungen sowie Gastvorträge Lehrveranstaltung b): „Übung mit Aufgaben“ oder „Übung mit Hausarbeit“ oder „Übung mit Seminar“, Referate und ggf. Gruppenarbeiten
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (120 Min.) <i>oder</i> Hausarbeit mit Präsentationen Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit Prüfungsvorleistung: keine
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie und Volkswirtschaftslehre.
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Univ.-Prof. Dr. Walter Schertler/Univ.-Prof. Dr. Walter Schertler und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren oder Lehrbeauftragte
11	Sonstige Informationen

Modulname: Strategisches Dienstleistungsmanagement II					
BWL-Spezialisierung: Strategisches Dienstleistungsmanagement (B)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	2. Semester	jedes Sommersem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit		Selbststudium	geplante Gruppen- größe
	a) Strategisches Dienstleistungsmanagement in der Praxis ausgewählter Dienstleistungsbranchen	2 SWS / 30 h		120 h	150 Studierende
	b) Workshop zur Praxis des Strategischen Dienstleistungsmanagement	4 SWS / 60 h		90 h	150 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Die Studierenden sollen in diesem Modul mit der Praxis ausgewählter Dienstleistungsbranchen vertraut gemacht werden. Im Mittelpunkt steht das Verstehen der spezifischen Dienstleistungsnachfrage und der Wettbewerbssituation in diesen Dienstleistungsmärkten. Auf dieser Grundlage werden die strategischen Handlungs- und Investitionsbedarfe für mehr Wachstum und Performance von DLU in dieser Branche herausgearbeitet und entsprechende Wettbewerbsstrategien entwickelt. Fachlogisches Argumentieren und fachspezifisches Bewerten von Lösungsmöglichkeiten für Wettbewerbsstrategien in Dienstleistungsunternehmen sollen am Schluss der Lehrveranstaltung die Studierenden befähigen, Argumentationsstärke, Urteilskraft und Entscheidungskompetenz entwickeln zu können. Somit sind als vermittelte Schlüsselqualifikationen Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Persönlichkeitskompetenz sowie Sozialkompetenz zu identifizieren.</p>				
3	Inhalte				
	<p>Strategisches Dienstleistungsmanagement in einer Dienstleistungsbranche: Nicht das Warum? sondern mehr das Wie? zum Strategischen Dienstleistungsmanagement steht im Mittelpunkt dieser Lehrveranstaltung. Konsequenterweise setzt sie daher den Fokus auf die Anwendung der Theorien, Methoden und Modellen des Strategischen Dienstleistungsmanagements in der spezifisch ausgewählten Dienstleistungsbranche. Anhand realer Unternehmen werden strategische Methoden und Instrumente analysiert und reflektiert. Auch die aktuellen Führungs- und Managementproblematiken finden Einfluss und sollen die Relevanz und Mächtigkeit von wissenschaftlich fundierter Annäherung an konkrete Probleme der Dienstleistungspraxis aufzeigen.</p> <p>Workshop zur Praxis des Strategischen Dienstleistungsmanagement: Inhaltlich widmet sich diese Lehrveranstaltung der Behandlung von aktuellen Fragen aus der Praxis des Strategischen Dienstleistungsmanagements in einer ausgewählten Dienstleistungs-</p>				

	<p>branche. Nach einer thematischen Einführung durch den Veranstalter werden Aufgabenschwerpunkte definiert, die in erster Linie der Gewinnung von Daten und Informationen auf Nachfrager- und Anbieterseite zur Charakterisierung der Dienstleistungsmärkte wie Volumen, Standardisierungs- und Differenzierungsgrad des Wettbewerbs dienen, aber auch auf den Rivalitätsgrad der Mitbewerber sowie deren Handlungsoptionen für strategischen Erfolg in der Zukunft eingehen.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung a): Vorlesung mit Lektürenkurs und ggf. Fallstudien, Übungen sowie Gastvorträge</p> <p>Lehrveranstaltung b): „Übung mit Aufgaben“ oder „Übung mit Hausarbeit“ oder „Übung mit Seminar“, Referate und ggf. Gruppenarbeiten</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (120 Min.) <i>oder</i> Hausarbeit mit Präsentationen</p> <p>Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit</p> <p>Prüfungsvorleistung: keine</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie und Volkswirtschaftslehre.</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>10/120</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Univ.-Prof. Dr. Walter Schertler/Univ.-Prof. Dr. Walter Schertler und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren oder Lehrbeauftragte</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p>

Wahlfächer

Medienwissenschaften

Modul: Medienwissenschaft (Wahlfach)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	3. Sem.	Jährlich im Wintersemester	2 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	a) Vorlesung	2 SWS / 30 h	90 h	300 Studierende	
	b) Seminar	2 SWS / 30 h	150 h	30 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<ul style="list-style-type: none"> • Zentrale Theorien und Methoden der Medienwissenschaft kennenlernen • Medienprodukte aller Gattungen (Print, Hörfunk, Online, Fernsehen) reflektieren und analysieren können (Mediensprache, Multimodalität) • Die Grundstrukturen von Medienkommunikation – auch im globalen Rahmen – durchschauen können • Die Wechselbeziehungen zwischen der Medienkommunikation und ihre Kontexten wie Politik, Kultur, Wirtschaft und Wissenschaft erkennen • Medienkommunikation auf der Basis normativer Vorgaben aus der Medienethik und der Qualitätsforschung evaluieren können. • qualitative und quantitative Methoden der Produktanalyse anwenden und kombinieren können (Triangulation) • Ein Forschungsdesign für produktanalytische Fragestellungen entwickeln können. Forschungsergebnisse einschätzen und auswerten können 				
3	Inhalte				
	<p>Im Modul werden u.a. folgende Themenfelder angesprochen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medien- und Kommunikationstheorien • Grundstrukturen der Medienkommunikation • Globalisierung der Medienkommunikation und ihre Folgen • Multimodalität in der Medienkommunikation • Netzwerkkommunikationen und Netzwerkeffekte • Konvergenz der Medienkommunikation • Medien in Kontext von Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur • Medienevaluierung, Medienqualität, Medienethik (normative Dimension der Medienkommunikation) • Medienrealitäten und Konstruktivismus • Ansätze der Medienanalyse und ihre Kombinierbarkeit (Diskursanalyse, Inhaltsanalyse, linguistische Kommunikationsanalyse, systemtheoretische Analyse) • Forschungsdesigns der Produktanalyse 				
4	Lehrformen				
	<i>Vorlesung, Seminar m. aktiver Mitarbeit</i>				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	Formal: keine				
	Inhaltlich: keine				

6	Prüfungsformen Prüfung nach §10 FPO MA Medienwissenschaft: sonstige Prüfungsform
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Erfolgreiche Teilnahme, bestandene Leistungsnachweise
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Master BWL
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Modulbeauftragter: Prof. Dr. Hans-Jürgen Bucher Lehrende: Prof. Dr. Hans-Jürgen Bucher, Dr. Christof Barth, N.N.
11	Sonstige Informationen In das Modul sind Formen des Blended-Learning integriert.

Politikwissenschaft

Modul: Westliche Demokratie					
Kennnummer	Workload 300 h	Credits 10	Studien- semester 1. und/oder 2.Sem.	Häufigkeit des An- gebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Seminar b) Übung	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h 2 SWS / 30 h	Selbststudium 120 h 90 h	geplante Grup- pengröße 35 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Qualifikationsziele: Studierende <ul style="list-style-type: none"> – können theoretische und empirische Ansätze der Systemforschung zu westlichen Demokratien reflektieren und in konkreten Fragestellungen zu ausgewählten Bereichen anhand selbst gewählter Beispiele darlegen – analysieren und vergleichen systematisch unterschiedliche politische Systemtypen – in westlichen Demokratien (etwa in Bezug auf Wohlfahrtsstaaten oder Parlamentarismus) – mit Blick auf Strukturen und Institutionen (polity), auf Akteure und Prozesse (Politics) sowie auf Politikfelder (Policies) und können Differenzen und Gemeinsamkeiten sowohl auf der Mikro-, wie Meso- und Makroebene anhand einzelner Fallbeispiele bearbeiten – sollen die besonderen Herausforderungen westlicher Demokratien im Bezug auf ihre Institutionenentwicklung und ihre soziale und ökonomische Situation reflektieren und Lösungsansätze zu Problemfeldern entwickeln können – sollen die Bedeutung westlicher Demokratien als Demokratiemodell in Folge der Transnationalisierung bzw. Globalisierung einschätzen und kritisch abwägen können – sollen Reformoptionen in zentralen Politikfeldern verstehen und beispielhaft Lösungskonzepte vorstellen bzw. entwickeln können. 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> – International Vergleichende Demokratieforschung (theoretisch) – Vergleichende empirische Analyse von westlichen Demokratien entlang der drei Dimensionen des Politischen (polity, politics, policy) Vergleichende empirische Analyse von zentralen Akteuren, Institutionen, Organisationen und Prozessen in westlichen Demokratien				
4	Lehrformen Seminar, Übung				
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine				
6	Prüfungsformen schriftliche Prüfungsform: Hausarbeit oder Klausur				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Erfolgreiches Bestehen der Modulprüfung in Form einer Hausarbeit oder einer Klausur (100 %) Studienleistung: kleinere Essays bzw. empir. Datenauswertungen (quant./qualit.) und mündl. Präs.				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Wahlmodul in den Masterstudiengängen BWL, Wirtschaftssoziologie; Mediensoziologie und				

	Volkswirtschaftslehre
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Uwe Jun (Modulbeauftragter); Prof. Dr. Klaus Ziemer, apl. Prof. Dr. Wolfgang H. Lorig, Dr. Lasse Cronqvist
11	Sonstige Informationen

Psychologie

Modul: „Angewandte Psychologie“					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	gem. Studi- engang	jedes WS	2 Semester
1	Lehrveranstaltungen Zwei von drei Themen sind obligatorisch: a) Angewandte Sozialpsychologie b) Pädagogische Psychologie c) Psychologie des Handelns Zusätzlich verpflichtend ist: d) Teilnahme als Versuchsperson		Kontaktzeit 2 SWS / 30 h 2 SWS / 30 h 2 SWS / 30 h 0 SWS / 0 h	Selbststudium 118 h 118 h 118 h 4 h	geplante Gruppengröße 120 Studierende 120 Studierende 120 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Vermittlung eines Überblicks über Themen und Probleme der anwendungsorientierten Forschungsgebiete der Psychologie anhand von zwei Wahlpflichtvorlesungen. Der Bereich Angewandte Sozialpsychologie soll einen Überblick geben über die Anwendung von Theorien über das menschliche Denken, Fühlen und Verhalten auf Phänomene und Probleme des sozialen Alltags, im Bereich der Pädagogischen Psychologie sollen grundlegende Erkenntnisse im Bereich der Lern- und Lehrforschung erworben werden und im Bereich Psychologie des Handelns wird ein Überblick über Entscheidungsverhalten und Mechanismen der Handlungs- und Selbstregulation gegeben. Insgesamt erwerben die Studierenden einen beispielhaften Überblick über Forschungsschwerpunkte in den Anwendungsfächern der Psychologie.				
3	Inhalte Zentrale Theorie und Forschungsarbeiten aus zwei anwendungsorientierten Bereichen der psychologischen Forschung. Es sind zwei Themenschwerpunkte zu wählen. <i>Angewandte Sozialpsychologie:</i> Werbe-, Markt-, und Konsumentenpsychologie, Arbeits- und Organisationspsychologie; Konfliktforschung, forensische Psychologie <i>Pädagogische Psychologie:</i> Lehr- und Lernforschung, intrinsische und extrinsische Motivation, Determinanten von Bildungsprozessen <i>Psychologie des Handelns:</i> Präferenzbildung, Entscheidungsverhalten, Mechanismen der Handlungs- und Selbstregulation.				
4	Lehrformen Vorlesung				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine				
6	Prüfungsformen 90-minütige Klausur über die zwei ausgewählten Teilbereiche				

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten bestandene Modulprüfungsklausur; Bestätigung der 4-stündigen Teilnahme als Versuchsperson an empirisch-psychologischen Untersuchungen
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Wahlpflichtmodul für folgende Masterstudiengänge: Kunstgeschichte, Ethnologie, Soziologie, BWL, VWL
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende JProf. Dr. Kaufmann, Prof. Dr. Schneider, Prof. Dr. Hofer/ Dr. Kranz
11	Sonstige Informationen keine

Soziologie

Wahlfach ‚Medien und Kultur‘					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	gem. Studi- engang	jedes WS	1-2 Semester
1	Lehrveranstaltungen 2 Vorlesungen wählbar aus a) Vorlesung aus dem Modul ‚Medien und Gesellschaft‘ b) Vorlesung aus dem Modul ‚Kulturen und Kommunikation‘ c) Vorlesung aus dem Modul ‚Methoden und Anwendungsfelder der Medienforschung‘		Kontaktzeit 2 SWS / 30 h 2 SWS / 30 h 2 SWS / 30 h	Selbststudium 120 h 120 h 120 h	geplante Gruppengröße 150 Studierende 150 Studierende 150 Studierende
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Das Modul zielt darauf ab, den Stellenwert – und die Verschränkung – von Kultur, Medien und Kommunikation zu vermitteln. Neben kulturhistorischen Entwicklungen sind die Bedingungen, Ausdrucksformen und Konsequenzen einer zunehmend ‚mediatisierten Lebenswelt‘ empirisch darzustellen, theoretisch zu reflektieren und (kultur-)vergleichend zu bewerten. Durch Rückgriff auf zentrale Ansätze und Konzepte aus der Gesellschafts-, Kultur- und Medientheorie wird der tiefgreifenden Prägung von Kultur und Gesellschaft durch Medienkommunikation Rechnung getragen.</p> <p>Die Studierenden erhalten also einerseits einen Überblick über die historischen Entwicklungen, aktuellen Forschungen und die verwendeten Theoriekonzepte, andererseits werden sie in die Lage versetzt, die Rolle von Medien und (Massen-)Kommunikation im Gesellschaftssystem zu analysieren.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Teil a soll einen systematischen Überblick über die Forschungstraditionen und den aktuellen Stand der Mediensoziologie und -wirkungsforschung gewährleisten, weiterhin die Konturen einer Mediengesellschaft skizzieren und hierbei ausgewählte Einzelphänomene beleuchten, die die Verknüpfung von Medien und Gesellschaft deutlich machen. Dabei wird auf historische und aktuelle Entwicklungen gleichermaßen Bezug genommen. Im Vordergrund steht dabei die Frage nach den direkten und indirekten Folgen gesellschaftlicher Medialisierung. Zu den aktuellen Debatten, auf die näher eingegangen wird, zählen u.a.: Medien als Sozialisationsfaktor, Mehrstufige Wirkungsmodelle (unter bes. Berücksichtigung der Meinungsführerforschung), die Thematisierungsfunktionen der Medien, Medien und Kultivierungseffekte. Des Weiteren wird der Frage nach der gesellschaftlichen Verortung von Medien nachgegangen. Dabei wird vor allem die Einbindung von Medien in eine soziologische Perspektive im Vordergrund stehen. Soziale Ungleichheit, Macht, soziale Konflikte oder sozialer Wandel werden hierbei als medial verursachte bzw. medial beeinflusste soziologische Phänomene analysiert.</p> <p>Teil b bietet einen systematischen Überblick bzw. eine Vertiefung zentraler Kultur- und Kommunikationstheorien. Zu diesen zählen z.B. Symbolische Anthropologie, Symbolischer Interaktionismus, Cultural Studies oder auch Systemtheorie. Im Vordergrund steht die symbolische Ausgestaltung und Vermittlung gesellschaftlicher Wirklichkeit in (international) vergleichender Perspektive. Die unterschiedlichen Formen kultureller Praktiken und deren soziale Verteilung in gesellschaftlichen Teilbereichen, z.B. Medienaneignungspraktiken in Jugendkulturen, Geschlechtsdarstellungspraktiken in Organisationen, Vergemeinschaftungspraktiken in</p>				

	<p>religiösen Szenen, aber auch in Ein- und Ausgrenzungspraktiken in ethnischen Kollektiven sind weiterer Bestandteil des Moduls, in dem detaillierte Kenntnisse kultursoziologischer empirischer Forschung aufgearbeitet und ihre Relevanz für die gesellschaftliche Praxis aufgezeigt werden sollen. Weiterhin behandelt werden Modelle und ausgewählte Methoden (inter-)kultureller Kommunikation, ersteres etwa in Gestalt aktueller Konzepte der Interkulturalität, Transkulturalität oder Hybridität, letzteres in Form von Partizipativen Methoden, Methoden des Diversity-Management oder der interkulturellen Beratung/Mediation. Im Blick auf unterschiedliche (berufliche) Anwendungsfelder steht der Zusammenhang zwischen inhaltlichen Fragestellungen und Methoden der Kulturarbeit im Vordergrund: Entwicklungsdienste, Migrationsdienste, Nachrichtendienste, Internationale Personalarbeit usw.</p> <p>Teil c thematisiert folgende medienbezogene Fragestellungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Methoden der empirischen Medien- und Kommunikationsforschung (quantitative und qualitative Verfahren) ▪ Die Entwicklung von Medienangeboten und Mediengattungen ▪ Theoretische Perspektiven der Rezeptionsforschung ▪ Theoretische und empirische Analysen zur Medienselektion ▪ Massenkommunikation und Zielgruppenkommunikation ▪ Individualisierung der Mediennutzung, soziale Ungleichheit und Mediennutzung ▪ Medienzeitbudgets von Nutzergruppen ▪ Stationäre und mobile Mediennutzung ▪ Neue Medien, neue Publika, neue Nutzungsformen ▪ „One-to-Many“ und „Many-to-Many“-Kommunikation: Mediennutzung in vernetzten Umgebungen ▪ Informationsverhalten und Informationsgenerierung in der „Wissensgesellschaft“
4	Lehrformen Vorlesung
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (90 Min.)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Modulprüfung, regelmäßige Teilnahme an Veranstaltungen
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) entsprechend den vorliegenden Kooperationsverträgen
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Michael Jäckel, Ju.-Prof. Dr. Julia Reuter, PD Dr. Waldemar Vogelgesang
11	Sonstige Informationen -

Wahlfach ‚Sozialpolitik und Wirtschaft‘					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	gem. Studi- engang	jedes WS	1 - 2 Semester
1	Lehrveranstaltungen 2 Vorlesungen wählbar aus: a) Vorlesung aus dem Modul ‚Wirtschaftssoziologie‘ b) Vorlesung aus dem Modul ‚Arbeits- und Betriebssoziologie‘ c) Vorlesung aus dem Modul ‚Der Sozialstaat als Einbettung der Wirtschaft‘		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Grup- pengröße
			2 SWS / 30 h	120 h	150 Studierende
			2 SWS / 30 h	120 h	150 Studierende
			2 SWS / 30 h	120 h	150 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>In Teil a erwerben die Studierenden die Qualifikation zur Analyse der Funktionsweise des Wirtschaftssystems sowie dessen Institutionen und Akteuren. Dabei werden Kenntnisse über das Verhältnis zwischen Wirtschaft und Gesellschaft vermittelt und ökonomische Phänomene, Prozesse der Produktion und Verteilung sowie die Konsumtion von knappen Gütern und Diensten in soziologischer Perspektive dargestellt. Die Studierenden sollen hierbei ferner ein Verständnis für gesellschaftliche Folgen wirtschaftlicher Prozesse entwickeln. Darüber hinaus werden die Studierenden in diesem Modul ihre Kenntnisse über sozio-ökonomische Strukturen, Marktprozesse und unterschiedliche Organisationsformen vertiefen und dabei Organisationen sowohl aus mehreren theoretischen Richtungen als auch im empirischen Vergleich behandeln.</p> <p>Teil b beschäftigt sich mit der Entwicklung von Arbeit im Kontext gesellschaftlichen Wandels und den verschiedenen sozialen Ausformungen von Arbeit. Dabei werden den Studierenden Kenntnisse über den Arbeitsmarkt, die Arbeitsteilung, Konflikte zwischen Machtgruppen, Formen von Erwerbsarbeit und die Arbeitenden in ihrem sozialen Handeln vermittelt. Das Modul behandelt den Betrieb als soziales System und betrachtet hierbei unterschiedliche Herrschafts- und Kontrollformen im Unternehmen. Ein Schwerpunkt liegt auch auf dem internationalen Vergleich: Der Blick wird nicht nur im Querschnitt auf institutionelle Komplementaritäten gerichtet, vielmehr werden unterschiedliche Arbeitssysteme und Organisationsformen als funktional äquivalente Lösungen für ähnliche Probleme aufgezeigt.</p> <p>In Teil c wird Sozialpolitik als ein die Folgen der Wirtschaft abfedernder und mit einer eigenen Logik ausgestatteter gesellschaftlicher Bereich betrachtet. Im Bereich ‚Sozialpolitik‘ lernen die Studierenden verschiedene Erklärungsansätze zur spezifischen Rolle des Sozialstaats im Rahmen einer Gesellschaft kennen und werden mit sozialwissenschaftlichen Diskursen vertraut gemacht, die den Wandel des Sozialstaats unter dem Einfluss ökonomischer und politischer Prozesse (v.a. der Globalisierung) thematisieren. Die verschiedenen Ansätze werden an bestimmten Politikfeldern exemplarisch genauer analysiert. Im internationalen Vergleich wird gezeigt, wie sozialpolitische Institutionen, Idee und Interessen miteinander verschränkt sind.</p>				
3	Inhalte				
	Wirtschaftssoziologie				
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klassiker der Wirtschaftssoziologie ▪ Märkte und Institutionen ▪ Organisationsformen 				

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Evolution von Wirtschaftssystemen <p>Arbeits- und Betriebssoziologie</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Macht und Herrschaft in Organisationen ▪ System der industrielle Beziehungen ▪ Sanktionsmechanismen in Organisationen ▪ Soziologischer Institutionalismus ▪ Vergleichende Corporate-Governance Forschung <p>Der Sozialstaat und die Einbettung der Wirtschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vergleichende Corporate-Governance Forschung Wohlfahrtsstaaten und Sozialpolitikfelder im internationalen Vergleich ▪ Sozialstaat unter dem Einfluss von Europäisierung und Globalisierung ▪ Wandel der Sozialpolitik: Aktuelle Diskurse und Paradigmen ▪ Formen und Wandel sozialer Ungleichheiten
4	Lehrformen Vorlesung
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (90 Min.)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Modulprüfung, regelmäßige Teilnahme an Veranstaltungen
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) entsprechend der vorliegenden Kooperationsverträge
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Ursula Dallinger, Prof. Dr. Paul Windolf, N.N. (Prof. Wirtschaftssoziologie)
11	Sonstige Informationen

Wahlfach ‚Komplexe Befragungstechniken und Analyseverfahren‘					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	1 Semester	jedes WS	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	a) Datenerhebung		2 SWS / 30 h	120 h	30 Studenten
	b) Datenanalyse		2 SWS / 30 h	120 h	30 Studenten
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Kenntnisse der empirischen Sozialforschung stellen einen unverzichtbaren Teil der wissenschaftlichen Ausbildung dar und werden im Rahmen dieses Moduls vermittelt. Dazu zählen die Umsetzung von theoretischen Überlegungen in Forschungsdesigns, die Entwicklung von Instrumenten zur Datenerhebung – zu nennen sind hier insbesondere Befragungstechniken -, Methoden der Datenerfassung und –aufbereitung, die Anwendung geeigneter Datenanalyseverfahren, aber auch die kritische Reflektion und Diskussion der verfügbaren Methoden und die Kenntnis ihrer Grenzen. Neben der eigenständigen Datenerhebung gewinnt zusätzlich aber auch die sekundäranalytische Nutzung schon existenter Datenbestände zunehmend an Bedeutung. Neben der exemplarischen Arbeit mit solchen Datensätzen sollen die Studenten auch lernen, die Qualität entsprechend der etablierten messtheoretischen Standards und die Verwendbarkeit für spezifische sekundäranalytische Fragestellungen solcher Untersuchungen zu beurteilen.</p>				
3	Inhalte				
	<p>Datenerhebung Komplexe Befragungstechniken (CATI, CAPI, Online) Sozialpsychologische und kognitive Grundlagen von Befragungen Beobachtungsverfahren und Inhaltsanalyse Spezifische Forschungsdesigns (Experiment, Feldforschung, Survey-Forschung, Quer- und Längsschnittstudien)</p> <p>Datenanalyse Analyseverfahren für nominales und ordinales Messniveau Strukturentdeckende Verfahren: (Faktorenanalyse, Clusteranalyse, Korrespondenzanalyse) Strukturprüfende Verfahren (Varianzanalyse, Regressions- und Pfadanalyse) Sekundäranalysen vorhandener Datensätze (z.B. AIIBUS, SOEP, BGS)</p>				
4	Lehrformen				
	Seminar				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	Formal: keine Inhaltlich: keine				
6	Prüfungsformen				
	Klausur (90 Min.)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Bestehen der Modulprüfung, regelmäßige Teilnahme an Veranstaltung und bestandene Hausarbeiten				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)				
	Entsprechend der vorliegenden Kooperationsverträge				

9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende N.N., PD Dr. Rüdiger Jacob
11	Sonstige Informationen

Volkswirtschaftslehre

Modulname: VWL-Basis					
Kennnummer	Workload	LP	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	1 und 2	jährlich	1-2 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbst-studium	geplante Gruppengröße
	a) Advanced Microeconomics		2 SWS / 30 h	120 h	100 Studierende
	b) Advanced Macroeconomics		2 SWS / 30 h	120 h	100 Studierende
2	Lernergebnisse / Kompetenzen				
	In diesem Modul werden die Fundamente für ein erfolgreiches Studium der VWL gelegt. Dazu gehört, ökonomische Entscheidungsprobleme der Haushalte und Unternehmen mathematisch abbilden und analysieren zu können, um diese dann in konkreten Entscheidungssituationen anwenden zu können. Die Studierenden sollen ein fundiertes Verständnis für makroökonomische Zusammenhänge und ihrer mathematischen Formalisierung entwickeln. Darauf aufbauend sollen die Studierenden lernen, die Wirkungen staatlicher Fiskalpolitik sowie geldpolitischer Maßnahmen realistisch einzuschätzen. Es handelt sich bei diesem Modul um ein Pflichtmodul innerhalb des Studiengangs M.Sc. Economics.				
3	Inhalt				
	a) <i>Advanced Microeconomics</i> Der Schwerpunkt dieser Veranstaltung liegt auf den grundlegenden formalen Instrumenten der Mikroökonomik. Diese Instrumente werden in verschiedenen ökonomischen Themenbereichen entwickelt und angewendet. Zu diesen Themenbereichen gehören die Theorie des Haushalts, der Unternehmung sowie die allgemeine Gleichgewichtstheorie. Ferner werden Entscheidungen unter Unsicherheit und Risiko analysiert, sowie die Grundlagen der Spieltheorie vermittelt.				
	b) <i>Advanced Macroeconomics</i> Der Schwerpunkt dieser Veranstaltung liegt auf dem grundlegenden formalen Instrumentarium der Makroökonomik, welches anhand verschiedener ökonomischer Modelle entwickelt und angewendet wird. Zu den Themenbereichen gehören neben nationalen und internationalen Märkten auch Wachstums- und Konjunkturtheorien. Ferner wird auf Zielkonflikte und Interdependenzen innerhalb und zwischen den Politikfeldern, sowie den zeitlichen Rahmen und die Dynamik von Entscheidungen und ökonomischen Entwicklungen eingegangen.				
4	Lehrformen				
	Vorlesungen/Übung/Seminar/Planspiel/Kleingruppenarbeit				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	Formal: keine Inhaltlich: solide Kenntnisse der Grundlagen der VWL				
6	Prüfungsformen				
	Klausur oder Hausarbeit. Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn des Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	bestandene Klausur bzw. Hausarbeit				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)				
	Als Modul „Wahlfach I“ oder „Wahlfach II“ im Masterstudiengang „Betriebswirtschaftslehre“ anrechenbar. Als Modul „Wahlfach“ im Masterstudiengang „Wirtschaftssoziologie“ anrechenbar.				
9	Stellenwert der Note für die Endnote				
	10/120				
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende				

	Prof. Dr. Georg Müller-Fürstenberger (Modulbeauftragter), alle Professoren des Faches VWL
11	Sonstige Informationen Es handelt sich um ein Pflichtmodul. Außer bei Vorlesungen, kann der/die Dozent/Dozentin die Teilnehmerzahl entsprechend den Anforderungen der betreffenden Veranstaltungsform weiter begrenzen. Das Modul ist vollständig in englischer Sprache studierbar.

Modulname: Ökonometrie					
Kennnummer	Workload	LP	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	1 und 2	jährlich	1-2 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	a) Methoden der Ökonometrie		2 SWS / 30 h	120 h	100 Studierende
	b) Übung zu Methoden der Ökonometrie		2 SWS / 30 h	120 h	100 Studierende
2	Lernergebnisse / Kompetenzen				
	Dieses Modul bietet eine praxisorientierte Einführung in die Methoden der Ökonometrie. Es werden Verfahren vermittelt, mit deren Hilfe die Plausibilität theoretischer Erklärungsansätze anhand tatsächlicher Datensätze überprüft werden kann. Die Vorlesung legt auch auf die matrixalgebraische Darstellung der Ökonometrie Wert. In einer begleitenden Übung werden die erlernten Methoden im PC-Labor selbstständig angewendet. Es handelt sich bei diesem Modul um ein Pflichtmodul innerhalb des Studiengangs M.Sc. Economics.				
3	Inhalt				
	Die Themenschwerpunkte umfassen das einfache und das multiple Regressionsmodell. Ferner werden die zugrunde liegenden Annahmen untersucht und erweiterte Schätzverfahren diskutiert, die bei einer Verletzung der Annahmen eingesetzt werden können. Mögliche weitere Themen sind die dynamischen Regressionsmodelle, die interdependente Regressionsmodelle, die Logit- und Probit-Ansätze und die Paneldatenanalyse.				
4	Lehrformen				
	Vorlesungen/Übung/Seminar/Planspiel/Kleingruppenarbeit				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	Formal: keine				
	Inhaltlich: solide Kenntnisse der Grundlagen der Statistik				
6	Prüfungsformen				
	Klausur oder Hausarbeit. Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn des Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	bestandene Klausur bzw. Hausarbeit				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)				
	Als Modul „Wahlfach I“ oder „Wahlfach II“ im Masterstudiengang „Betriebswirtschaftslehre“ anrechenbar. Als Modul „Wahlfach“ im Masterstudiengang „Wirtschaftssoziologie“ anrechenbar.				
9	Stellenwert der Note für die Endnote				
	10/120				
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende				
	Prof. Dr. Ludwig von Auer (Modulbeauftragter), alle Professoren des Faches VWL				
11	Sonstige Informationen				
	Es handelt sich um ein Pflichtmodul.				

Modulname: VWL-Europäische Integration					
Kennnummer	Workload	LP	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	1 und 2	jährlich	1-2 Semester
1	Lehrveranstaltungen Zwei Komponenten aus Vorlesung, Übung, Seminar, Kleingruppenarbeit		Kontaktzeit 4-6 SWS / 60 h	Selbststudium 240 h	geplante Gruppengröße 40 Studierende
2	Lernergebnisse / Kompetenzen: Die Studierenden sollen die Ursachen und Auswirkungen der Globalisierung verstehen und im Kontext der europäischen Integration bewerten können. Sie sollen in der Lage sein, ihre Überlegungen mit Hilfe geeigneter ökonomischer Analyseinstrumente zu fundieren und zu strukturieren. Darüber hinaus sollen sie wichtige empirische Datenquellen und Daten zur europäischen Integration kennen lernen und im Stande sein, diese Daten korrekt auszuwerten und zu interpretieren. Es handelt sich bei diesem Modul um ein Pflichtmodul innerhalb des Studiengangs M.Sc. Economics.				
3	Inhalt: Das Modul widmet sich den ökonomischen Grundlagen der Europäischen Integration. Auf Basis ökonomischer Modelle wird der Integrationsprozess kritisch beleuchtet. Beispiele für mögliche Themenbereiche dieses Moduls sind die Außenhandelstheorie mit Fokus auf die Europäischen Wirtschaftsbeziehungen oder auch die Monetäre Außenwirtschaftstheorie angewendet auf spezifische Fragestellungen innerhalb der europäischen Währungsunion. Dabei erfolgt stets eine Verknüpfung zwischen politischen Fragestellungen, ökonomischer Theorie und der Auswertung empirischer Daten.				
4	Lehrformen Vorlesungen/Übung/Seminar/Kleingruppenarbeit				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: solide Kenntnisse der Grundlagen der VWL				
6	Prüfungsformen Klausur, Hausarbeit, Präsentation oder mündliche Prüfung. Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn des Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der vom Veranstalter bekannt gegebenen Modulabschlussprüfung (Klausur, Hausarbeit, Präsentation oder mündliche Prüfung)				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Als Modul „Wahlfach I“ oder „Wahlfach II“ im Masterstudiengang „Betriebswirtschaftslehre“ anrechenbar. Als Modul „Wahlfach“ im Masterstudiengang „Wirtschaftssoziologie“ anrechenbar.				
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120				
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Xenia Matschke (Modulbeauftragter), alle Professoren des Faches VWL				
11	Sonstige Informationen Es handelt sich um ein Pflichtmodul. Lehrveranstaltungen, die dem Studierenden in einem anderen Modul als Modulleistung angerechnet wurden, können nicht gleichzeitig auch in diesem Modul als Modulleistung angerechnet werden. Außer bei Vorlesungen, kann der/die Dozent/Dozentin die Teilnehmerzahl entsprechend den Anforderungen der Veranstaltungsform weiter begrenzen. Das Modul ist vollständig in englischer Sprache studierbar.				

Modulname: VWL-Europäische Märkte					
Kennnummer	Workload	LP	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	1 und 2	jährlich	1-2 Semester
1	Lehrveranstaltungen Zwei Komponenten aus Vorlesung, Übung, Seminar, Kleingruppenarbeit		Kontaktzeit 4-6 SWS / 60 h	Selbststudium 240 h	geplante Gruppengröße 40 Studierende
2	Lernergebnisse / Kompetenzen: Die Studierenden sollen Märkte danach beurteilen können, ob es sich um lokale, nationale oder europäische Märkte handelt und ob diese Märkte in den Weltmarkt integriert sind. Sie sollen die Folgen von Regulierungen und Harmonisierungen für die Funktionsfähigkeit von Märkten einschätzen können. Sie sollen in der Lage sein, die bestehenden Anreize für eine Beeinflussung der Marktstrukturen zu durchschauen. Dabei sollen sie die Perspektive der EU-Kommission, der Regierungen der Mitgliedsstaaten und auch der einzelnen Marktteilnehmer einnehmen können. Ihre Betrachtungen sollen empirisch fundiert sein. Es handelt sich bei diesem Modul um ein Pflichtmodul innerhalb des Studiengangs M.Sc. Economics.				
3	Inhalt: Im Zuge der Liberalisierung europäischer Märkte ist es zunehmend erforderlich, diese Märkte nicht länger aus lokaler, regionaler oder nationaler Perspektive zu betrachten, sondern einen europäischen Blickwinkel einzunehmen und diese Märkte als wichtigen Teil der Weltmärkte aufzufassen. Deshalb rücken auf diversen Politikfeldern Aspekte des Markteingriffs, der Wettbewerbskontrolle und der Mobilität verstärkt in den Fokus ökonomischer Analyse. Ein Beispiel sind die Arbeitsmarktentwicklungen im Kontext von Globalisierung und Europäischer Integration. Ein weiteres Beispiel sind die europäischen Energiemärkte im weltweiten Versorgungsnetz und die Entwicklungen dieser Märkte vor dem Hintergrund sich verschärfender Umweltschutzbestimmungen. Die betrachteten ökonomischen Modelle haben stets einen politischen Bezug und sie werden jeweils mit den relevanten empirischen Daten konfrontiert.				
4	Lehrformen Vorlesungen/Übung/Seminar/Kleingruppenarbeit				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: solide Kenntnisse der Grundlagen der VWL				
6	Prüfungsformen Klausur, Hausarbeit, Präsentation oder mündliche Prüfung. Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn des Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der vom Veranstalter bekannt gegebenen Modulabschlussprüfung (Klausur, Hausarbeit, Präsentation oder mündliche Prüfung)				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Als Modul „Wahlfach I“ oder „Wahlfach II“ im Masterstudiengang „Betriebswirtschaftslehre“ anrechenbar. Als Modul „Wahlfach“ im Masterstudiengang „Wirtschaftssoziologie“ anrechenbar.				
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120				
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Uwe Jirjahn (Modulbeauftragter), alle Professoren des Faches VWL				
11	Sonstige Informationen Es handelt sich um ein Pflichtmodul. Lehrveranstaltungen, die dem Studierenden in einem anderen Modul als Modulleistung angerechnet wurden, können nicht gleichzeitig auch in diesem Modul als Modulleistung angerechnet werden. Außer bei Vorlesungen, kann der/die Dozent/Dozentin die Teilnehmerzahl entsprechend den Anforderungen der betreffenden Veranstal-				

tungsform weiter begrenzen. Das Modul ist vollständig in englischer Sprache studierbar.

Modulname: VWL-Kern					
Kennnummer	Workload	LP	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	2 und 3	jährlich	1-2 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbst-studium	geplante Gruppengröße
	Zwei Komponenten aus Vorlesung, Übung, Seminar, Kleingruppenarbeit		4-6 SWS / 60 h	240 h	40 Studierende
2	<p>Lernergebnisse / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden sollen in ihrer gewählten Ausrichtung (European Political Economy oder European Business oder European Welfare States) Kenntnisse besitzen, welche den Kern dieser Ausrichtung ausmachen. Es handelt sich bei diesem Modul um ein Pflichtmodul innerhalb des Studiengangs M.Sc. Economics. Je nach Ausrichtung werden andere Lernergebnisse und Kompetenzen angestrebt.</p> <p>a) <i>Ausrichtung „European Political Economy“</i> Hier stehen die politischen Entscheidungsmechanismen im Zentrum. Die Studierenden sollen in die Lage sein, diese Mechanismen aus dem Blickwinkel ökonomischer Analyseinstrumente zu verstehen und zu bewerten.</p> <p>b) <i>Ausrichtung „European Business“</i> Die Studierenden sollen über das notwendige mikroökonomische Instrumentarium verfügen, um die Konsequenzen verschiedener volkswirtschaftlicher Marktstrukturen oder betriebswirtschaftlicher Marktstrategien beurteilen zu können.</p> <p>c) <i>Ausrichtung „European Welfare States“</i> Die Studierenden sollen die beiden wichtigsten Aufgaben staatlichen Handelns in einem Wohlfahrtsstaat – Umverteilung und Organisation eines Sozialversicherungssystems – geläufig sein. Dabei sollen sie in der Lage sein, Gerechtigkeits- und Effizienzaspekte der konkreten Ausgestaltung staatlicher Eingriffe zu analysieren.</p>				
3	<p>Inhalt</p> <p>a) <i>Ausrichtung „European Political Economy“</i> Die Veranstaltungen geben einen Überblick über ökonomische Forschungsgebiete mit starkem Bezug zu politischen Entscheidungsprozessen. Ein zentrales Gebiet ist dabei die Public Choice Theorie, die aber mit anderen Gebieten, wie beispielsweise die Spieltheorie verknüpft wird. Besonderes Augenmerk gilt den Anreizstrukturen der handelnden Politiker. Dieser Ansatz erlaubt vielfältige Einsichten in die Erklärung politischer Prozesse und Institutionen. Je nach aktuellen politischen Entwicklungen werden einzelne Prozesse und Institutionen vertiefend analysiert.</p> <p>b) <i>Ausrichtung „European Business“</i> In den Veranstaltungen werden mikroökonomische Instrumente aus dem Bereich „Business Economics“ vermittelt. Beispiele sind die Spieltheorie und Entscheidungen unter Unsicherheit. Auf empirischer Ebene können auch Methoden aus der Mikroökonomie, aus Behavioural Economics und aus Neuroeconomics behandelt werden. Ein möglicher Anwendungsbereich für diese theoretischen und empirischen Instrumentarien sind die Kontroll-, Entscheidungs- und Anreizstrukturen in den Unternehmen. Ein weiterer möglicher Einsatzbereich ist die Funktionsweise von Absatzmärkten. Besonderes Augenmerk erhalten Marktmacht und Preisdiskriminierung, aber auch mangelhaft informierte Konsumenten, wettbewerbsbehindernde Praktiken und allgemeine Marktzutrittsbarrieren.</p> <p>c) <i>Ausrichtung „European Welfare States“</i></p>				

	<p>In den Veranstaltungen werden die beiden grundlegenden Aufgaben staatlichen Handelns in einem Wohlfahrtsstaat untersucht: Umverteilungsmaßnahmen und die Errichtung eines Sozialversicherungssystems. Auf der einen Seite wird nach Begründungen für diese beiden Formen von Staatseingriffen gesucht, wobei sowohl Gerechtigkeit- als auch Effizienz Aspekte Berücksichtigung finden sollen. Von besonderem Interesse ist dabei, warum nur ganz bestimmte Risiken über eine staatliche Sozialversicherung abgesichert werden. Auf der anderen Seite wird nach der optimalen Ausgestaltung solcher Staatseingriffe gefragt. Das dabei erworbene Wissen wird auf aktuelle Fragestellungen z.B. der Einkommensungleichheit oder im Bereich der Renten- und Krankenversicherung angewendet.</p>
4	<p>Lehrformen Vorlesungen/Übung/Seminar/Kleingruppenarbeit</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: solide Kenntnisse der Grundlagen der VWL</p>
6	<p>Prüfungsformen Klausur, Hausarbeit, Präsentation oder mündliche Prüfung. Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der vom Veranstalter bekannt gegebenen Prüfungsform (Klausur, Hausarbeit, Präsentation oder mündliche Prüfung)</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Als Modul „Wahlfach I“ oder „Wahlfach II“ im Masterstudiengang „Betriebswirtschaftslehre“ anrechenbar. Als Modul „Wahlfach“ im Masterstudiengang „Wirtschaftssoziologie“ anrechenbar.</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote 10/120</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Jun.-Prof. Dr. Normann Lorenz (Modulbeauftragter), alle Professoren des Faches VWL</p>
11	<p>Sonstige Informationen Es handelt sich um ein Pflichtmodul. Studierende der Ausrichtung MSc Economics (European Political Economy) haben ein Lehrveranstaltungspaar aus dem Bereich a) zu belegen, Studierende der Ausrichtung MSc Economics (European Business) haben ein Lehrveranstaltungspaar aus dem Bereich b) zu belegen und Studierende der Ausrichtung MSc Economics (European Welfare States) haben ein Lehrveranstaltungspaar des Bereichs c) zu belegen. Außer bei Vorlesungen, kann der/die Dozent/Dozentin die Teilnehmerzahl entsprechend den Anforderungen der betreffenden Veranstaltungsform weiter begrenzen. In der Ausrichtung MSc Economics (European Political Economy) ist das Modul vollständig in englischer Sprache studierbar.</p>

Wirtschaftsinformatik

Wahlfach Wirtschaftsinformatik im Master					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	1-4	jedes Jahr	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1. Selbststudium Softwareprojektmanagement 2. Vorlesung Requirements Engineering- und Management, 2 SWS 3. Übung Requirements Engineering- und Management, 2 SWS		Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 240 h	geplante Gruppen-größe 60
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <ul style="list-style-type: none"> • Vorbereitung und Management von Software Projekten • Ermittlung von Anforderungen an umzusetzende Informationssysteme • Dokumentation und Präsentation der ermittelten Anforderungen • Kalkulation von Informationssystemen und Umsetzungsprojekten • Management der Anforderungen im Umsetzungsprojekt Softskills: <ul style="list-style-type: none"> • Erwerb von Fertigkeiten und Methoden beim Durcharbeiten der Vorlesungsinhalte • Selbstständiges Arbeiten beim Lösen von Übungsaufgaben • Argumentation und Präsentation eigener Ergebnisse 				
3	Inhalte Im Selbststudium sind zu erarbeiten die Grundlagen des Softwareprojekt Managements <ul style="list-style-type: none"> • Einführung <ul style="list-style-type: none"> ○ Software Qualität ○ Die Entwicklung des Software Engineering ○ Software Projekte • Vorgehensmodelle für die Softwareentwicklung <ul style="list-style-type: none"> ○ Wasserfallmodell (Phasenmodell) ○ Rapid Prototyping ○ Spiralmodell ○ V-Modell ○ Business Reengineering und Grundlagen der Organisationslehre • Pflichtenhefte <ul style="list-style-type: none"> ○ Was ist ein Pflichtenheft? ○ Die Bestandteile eines Pflichtenheftes ○ Die organisatorische Verantwortung für die Erstellung des Pflichtenhefts • Aufwandsschätzung für Software Projekte <ul style="list-style-type: none"> ○ Das Wolverton-Modell ○ Der Ablauf des Schätzverfahrens 				

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Das Brooksche Gesetz • Projekt Management <ul style="list-style-type: none"> ○ Das Projektumfeld ○ Projektimplementierung ○ Projektdurchführung ○ Projektbeispiele • Architektur integrierte Informationssysteme ARIS <ul style="list-style-type: none"> ○ Grundlagen und Sichten von ARIS ○ ARIS-Methoden <p>Inhalte der Vorlesung und Übung zu Requirements Engineering und Management sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Akquise von Software Projekten <ul style="list-style-type: none"> ○ Akquiseprozesse (Ausschreibung, Wettbewerbspräsentation, etc.) ○ Das Dilemma des Requirements Engineering ○ Erstellung präziser Angebote mit vertretbarem Aufwand • Anforderungsanalyse (Requirements Engineering) <ul style="list-style-type: none"> ○ Der Prozess der Anforderungsanalyse ○ Klassische Methoden der Anforderungsanalyse und ihre Schwächen ○ Methoden zur Dokumentation der Anforderungen ○ Der „Modelling by Example Ansatz“ • Präsentation <ul style="list-style-type: none"> ○ Ermittlung der Erwartungen an die Präsentation ○ Aufbau von Prototypen ○ Vortragstechniken ○ Argumentationstechniken • Angebotserstellung <ul style="list-style-type: none"> ○ Abgrenzung von Angebot und Pflichtenheft ○ Vorgehensweisen zur Kalkulation von Software (Projekten) ○ Strategien der Angebotserstellung ○ Überzeugende Angebote erstellen • Projektübergabe und Projektbetreuung <ul style="list-style-type: none"> ○ Das Kickoff Meeting ○ Unterstützung bei der Erstellung der Pflichtenhefte ○ Change Requests ○ Requirements Management
4	Lehrformen Selbststudium, Vorlesung und Übungen
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Wirtschaftsinformatik Grundkenntnisse im Umfang des Bachelormoduls Wirtschaftsinformatik I
6	Prüfungsformen Abschlussklausur (90 min.)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Abschlussklausur
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Masterstudiengang BWL

9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Kalenborn
11	Sonstige Informationen

Wirtschaftsmathematik

Wahlfach Mathematik für Ökonomen					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10LP	3. Sem.	Jedes Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen A) Vorlesung/Übung B) Vorlesung/ Übung/ Seminar	Kontaktzeit A) 6 SWS / 90h B) 5 SWS / 75h	Selbststudium A) 210h B) 225h	geplanteGruppen- größe 60 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden sollen vertiefte Einblicke in ausgewählte mathematische Bereiche erhalten und dadurch die Fähigkeit erwerben wirtschaftswissenschaftliche Lerninhalte tiefer mathematisch zu durchdringen.				
3	Inhalte Ausgewählte mathematische Methoden der Stochastik, Numerik und des OR. Je nach mathematischem Hintergrund kann zwischen zwei Lernmodellen gewählt werden: A) Beliebiges Modul aus dem Master-Programm der Mathematik (Vorlesung mit Übung) B) Seminar aus dem Master-Programm der Mathematik im Anschluss an eine Veranstaltung vom Typ Vorlesung (2SWS) mit Übung (1SWS) wie z.B.: - Optimierungsmodelle (2+1) - Numerik für Ökonomen (2+1) - Stochastik für Ökonomen (2+1) - Analytische Methoden (2+1)				
	Lehrformen Je nach gewähltem Lernmodell: A) Vorlesung mit Übung, B)Seminar in Verbindung mit Vorlesung mit Übung.				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: für Lernmodell A) sind Vorkenntnisse aus einem Bachelor-Studiengang Mathematik bzw. Wirtschaftsmathematik erforderlich.				
6	Prüfungsformen Abschlussklausur und / oder mündliche Prüfung.				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten erfolgreiche Teilnahme an den Übungen				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Studiengänge BWL und VWL				
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120				
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Volker Schulz/ Dozenten der Mathematik				

11	Sonstige Informationen
----	------------------------